COLLEGIUM

Media

Seria *Media* este coordonată de Mihai Coman

Editura POLIROM, B-dul Copou nr. 4
P.O. BOX 266, 6600, Iaşi, ROMÂNIA
Bucureşti, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale:

GROSS, PETER

Colosul cu picioare de lut : aspecte ale presei româneşti post-comuniste / Peter Gross ; trad. Irene Joanescu
Iaşi ; Polirom, 1999
192 p. ; 21 cm – (Collegium. Media)
Bibliogr.

ISBN : 973-683-316-X

I. Joanescu, Irene (trad.)

CIP : 070(498)"1989/..."

Printed in ROMANIA

Peter Gross

COLOSUL
CU PICIOARE DE LUT

Aspecte ale presei româneşti post-comuniste

Traducere de Irene Joanescu

POLIROM
1999

Dr. Peter Gross este profesor la California State University – Chico (CSUC), Departamentul de Jurnalism, cu specializarea Comunicare Internaţională.

Cunoscând mai multe limbi străine, el a lucrat şi a călătorit mult în Europa Occidentală, Centrală şi de Est, în fosta Uniune Sovietică, Taiwan, India şi Cuba. Are opt ani de experienţă redacţională şi *freelancing* pentru publicaţii din Statele Unite şi Europa, o companie Fortune 500 şi o Universitate Big-10.

Din 1989, a condus numeroase *workshop*-uri de jurnalism şi a susţinut cursuri în universităţi din Europa Centrală şi de Est (Universitatea din Tirana, Albania ; Universitatea Jagello din Cracovia, Polonia ; Universitatea din Bucureşti, Universitatea din Timişoara şi Universitatea Mării Negre, România ; Universitatea Central Europeană, Budapesta). A înfiinţat un nou program de jurnalism la Universitatea din Timişoara. În vara lui 1985, el a ţinut cursuri la cinci universităţi din Spania, sub auspiciile programului Fulbright. De asemenea, a predat la Departamentul de Stat al SUA şi la US Foreign Office Institute.

Dr. Gross a realizat din 1990 cursuri de pregătire şi verificare în cadrul programului de *training* al Agenţiei de Informaţii a SUA şi al Vocii Americii. El a oferit de asemenea seminare de pregătire în jurnalism la CSUC şi/sau în Europa Centrală şi de Est, în Republica Belarus şi Georgia, pentru jurnalişti şi studenţi în jurnalism din România, Rusia şi Albania. A activat pe post de consultant cu probleme de mass-media central şi est-europene la International Media Fund din Washington DC şi Freedom Forum şi pe post de consultant educaţional la Radio Europa Liberă/Radio Libertatea în Praga, Cehia.

Dr. Gross este autorul cărţii *Mass Media in Revolution and National Development : The Romanian Laboratory* (Iowa State University Press, 1996), pentru care a primit premiul Academiei de Arte şi Carte Ştiinţifică Româno-Americană. De asemenea, el a realizat un volum publicat în România, *Introduction to Newswriting and Newsgathering* (1993), şi este coautor la două alte cărţi, *Journalism Education in East/Central Europe* (Hampton Press, 1999), şi o culegere de texte de introducere în Relaţii Publice pentru Europa Centrală şi de Est, *The Basics of Public Relations* (NIM Press, Bucureşti). Următoarea sa carte, *Eastern Europe's Three Musketeers. Civil Society, Political Culture and Media*, va apărea în Statele Unite în anul 2000.

Dr. Peter Gross este vicepreşedinte al Academiei Româno-Americane de Arte şi Ştiinţe şi membru al Association of Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) şi al Society for Romanian Studies. Este preşedinte al concursului AEJMC, Markham International Student Paper. De când şi-a încheiat doctoratul în 1984 la Universitatea din Iowa, Dr. Gross a prezentat lucrări la principalele conferinţe academice şi profesionale din Statele Unite, Bulgaria, Slovenia, Polonia, Republica Belarus, Cehia, România, Ungaria, Taiwan, Cuba, India, Spania, Brazilia şi Canada.

CUPRINS

O privire lucidă asupra evoluţiei presei în România post-comunistă

În mod frecvent, atunci când studenţii îmi cer să le indic surse bibliografice specializate, sau la diferite colocvii internaţionale, cu ocazia unor conferinţe pe care le-am ţinut în diverse ţării occidentale, sau în calitate de *visiting professor*, obligat să ofere indicaţii, liste cu textele de bază din acest domeniu, m-am lovit de absenţa unor lucrări ştiinţifice, fiabile şi accesibile, referitoare la starea presei din România post-comunistă. Titlurile care circulă în băncile de date occidentale sunt, cel mai adesea, eseuri cu caracter confesiv sau combatant, legate inevitabil de un anumit moment al bătăliilor politice sau de umorile ori interesele persoanelor care le-au semnat. La aproape 10 ani de la căderea comunismului, acest gol începe să fie acoperit de apariţia mai multor texte, rezultat al unor investigaţii, personale sau colective, consacrate mass-media din ţările din Europa Centrala şi de Est. În ceea ce priveşte România, cele mai importante titluri se datorează lui Peter Gross (*Mass Media in Revolution and National Development. The Romanian Laboratory*, 1996) şi unor colective formate din profesori români şi din Quebec (*La transition en Roumanie – medias et qualité de la vie*, 1995) sau din Franţa (*Télé-révolutions culturelles*, 1998).

Cartea semnată de profesorul Peter Gross este singura lucrare de sinteză consacrată exclusiv mass-media din România de după 1989. Ea are o valoare aparte, în contextul lipsei cvasi-totale de surse de informare în lumea specialiştilor occidentali. Scrisă pentru acest tip de public, cartea conţine numeroase capitole care nu aduc un plus de informaţie publicului român, ci au doar rolul de a familiariza publicul occidental cu istoria comunismului în România, evenimentele din

1989, alte evoluţii politice, cadrul economic, social, legislativ şi cultural în care evoluează presa română etc. În acelaşi timp şi în paralel cu acest efort de sintetizare a unor evoluţii generale, Peter Gross a fost preocupat şi de investigarea mai amănunţită a unor fenomene ale mass-media din România, publicând o seamă de studii aplicate în prestigioase reviste de specialitate. Aceste studii sunt pentru prima dată reunite într-un volum (cel de faţă) şi oferite în premieră publicului din România.

Peter Gross s-a născut la Timişoara, dar, emigrând cu familia încă de la vârsta copilăriei, a studiat şi s-a afirmat profesional în SUA ; în prezent, el este profesor la Departamentul de Jurnalism al California State University – Chico, fiind unul dintre cei mai bine cotaţi specialişti americani în domeniul mass-media din ţările Europei Centrale şi de Est.

Studiile din acest volum tratează diverse aspecte ale presei româneşti până în 1996 ; evident, a prezenta o analiză exhaustivă asupra devenirii presei în România post-comunistă este un lucru deosebit de complicat, deoarece :

a) evoluţiile sistemelor de presă autohtone sunt atât de rapide şi, adeseori, atât de neaşteptate, încât orice cercetare este, la scurtă vreme, depăşită de realitate şi devine, uneori la numai câteva luni de la realizarea ei, o radiografie a unei „etape revolute" ;

b) informaţiile fiabile referitoare la aceste transformări sunt sporadice, incomplete, nesigure ; în ţara noastră, sistemele de monitorizare a presei abia încep să se implanteze, cu rezultate şi în ritmuri, încă, inegale. Dacă informaţiile legate de domeniile telecomunicaţiilor şi ale audiovizualului, precum şi cele despre diversele rate de audienţă ale unor posturi de radio şi televiziune sunt mai bogate, peisajul este deosebit de sărac în ceea ce priveşte dimensiunea economică a sistemelor de presă, structura socio-demografică a elitei mediatice, situaţia distribuţiei presei scrise, publicul diferitelor tipuri de emisiuni şi programe etc. Această carenţă este o povară şi mai apăsătoare

> în condiţiile în care cel care efectuează un asemenea studiu locuieşte la mii de kilometrii depărtare şi are acces numai la câteva surse. Fereastra cam strâmtă prin care Peter Gross primeşte informaţiile este destul de vizibilă în câteva din analizele sale, îndeosebi atunci când el este obligat să utilizeze articole şi eseuri din presa „de elită" ; am arătat, într-un studiu publicat în cartea *Télé-révolutions culturelles* (Paris, Harmattan, 1998), că discursul despre mass-media autohtone, dezvoltat de revistele literare şi de „reflecţie culturală", este tributar unei perspective elitiste, frustrat-critice asupra presei şi a jurnaliştilor, perspectivă în care judecăţile preced adeseori analizei şi evaluării obiective a acestor fenomene. Peter Gross este conştient de acest pericol : el face cu predilecţie apel la documentele oficiale (legi, cadru reglementar, declaraţii publice), la cele cu caracter ştiinţific cert (anchete, sondaje, studii de teren), la interviuri şi observaţii personale. Eforturile sale depun mărturie, pe de o parte, pentru acuitatea conştiinţei sale de om de ştiinţă, dar şi, pe de altă parte, pentru regretabila absenţă a surselor fiabile de informare referitoare la presa românească actuală.

Desigur, la 10 ani de la sfârşitul comunismului şi inaugurarea perioadei post-comuniste, cantitatea de informaţie disponibilă pentru a înţelege şi evalua ceea ce în mod convenţional s-a numit „tranziţie" este cu mult mai mare, iar numărul de cărţi şi articole ştiinţifice consacrate acestor probleme creşte în chip constant. În aceste condiţii, mai multe sinteze, pornind de la studiile deja existente, au încercat să definească aceste procese. Câteva din capitolele din prezentul volum constituie contribuţia lui Peter Gross la aceste dezbateri şi încercări de teoretizare.

Paradigma teoretică în care ar putea fi discutate şi clarificate aceste procese este incertă ; la rădăcina tuturor dezbaterilor se află celebra tipologie propusă de Siebert, Peterson, Schramm, în care cuplul sistemelor de presă de tip liberal-serviciu public (centrat pe

dialectica dintre libertatea de expresie şi responsabilitatea civică) se opune cuplului autoritarism-comunism (centrat pe dialectica dintre dominaţie şi rezistenţă) ; analizele consacrate presei de tip comunist au promovat un model-tip al unei prese total dominate de activul de partid şi intens ideologizate, care funcţionează ca o maşină de mobilizare a maselor şi care este făcută de nişte ziarişti-propagandişti zeloşi ; în corelaţie, o seamă de alte studii au subliniat rolul pe care o presă de tip liberal, „infiltrată" în mediile sociale ale ţărilor comuniste (radiourile libere, casetele video, transmisiunile TV prin satelit), îl are în prezentarea unui model alternativ de mass-media şi în schimbarea atitudinilor publicului. O asemenea perspectivă lasă în umbră aspecte semnificative : ea ignoră caracterul „negociat" al relaţiilor dintre Putere şi intelectualitate în perioada comunistă (vezi în acest sens incitantele analize din Katherine Verdery, *Compromis şi rezistenţă*, Ed. Humanitas, 1995, sau studiile lui Lucian Boia şi Stelian Tănase), sistemul lecturilor „printre rânduri" pe care îl practică publicul pentru a obţine o versiune mai exactă asupra evenimentelor, rolul surselor interpersonale în obţinerea informaţiilor, marja de libertate de interpretare pe care o oferea perpetuarea şi funcţionarea formelor de cultură populară, alternative şi contestatare etc.

Accentuând numai rolul propagandistic al presei comuniste, cercetările de acest fel se ancorează într-o paradigmă teoretică axată pe modelele conceptuale ale „efectelor". Ele sunt preocupate de modul în care atât presa comunistă, cât şi cea „occidentală" care trecea de „cortina de fier" au influenţat comportamentul şi sistemele de valori ale indivizilor şi grupurilor, ducând la crearea unor atitudini de adeziune/respingere, fie faţă de valorile comuniste, fie faţă de cele ale democraţiilor occidentale. În prelungirea acestui cadru teoretic, cercetările consacrate mass-media post comuniste caută să descifreze procesele prin care presa a schimbat modurile de gândire şi acţiune, în special în sensul creării unei „sfere publice" şi a valorilor şi tipurilor de acţiune specifice acesteia. Inevitabil, acest *parti-pris* teoretic aruncă, conştient sau nu, multe din aceste cercetări în paradigma dezvoltaţionistă (specifică anilor '60-'70).

În concluziile cărţii sale consacrate *Laboratorului român*, Peter Gross aduce o subtilă critică acestui model dominant, prin care este interpretată istoria post-comunistă a presei ; polemizând cu aceste idei (deja) preconcepute, Peter Gross desprinde câteva „lecţii", care dovedesc caracterul utopic al paradigmei „dezvoltaţioniste". Iată câteva din aceste concluzii : 1) „democraţia ne-democratică este slujită de jurnalismul partizan, de pluralismul opiniilor şi de puţinătatea informaţiei" ; 2) „mass-media nu sunt o instituţie atât de importantă pe cât se crede" ; 3) „încercările de a defini responsabilităţile presei prin legi reamintesc experienţe deja (şi demult) trăite" ; 4) „introducerea modelului de jurnalism occidental s-a făcut pe baza unor premize greşite" ; 5) „mai mult nu înseamnă mai bine (explozia numerică a instituţiilor de presă nu a condus la o creştere a calităţii presei)" ; 6) „pregătirea jurnaliştilor trebuie completată de o pregătire şi o profesionalizare a şefilor şi patronilor de redacţii" ; 7) „introducerea tehnologiilor de ultimă oră nu contribuie automat la creşterea calităţii actului jurnalistic" ; 8) „instabilitatea locurilor de muncă ale jurnaliştilor şi absenţa unei elite profesionale care să se lupte pentru standarde profesionale înalte impiedică profesionalizarea jurnalismului românesc" (pp. 160-167). Ecourile acestei poziţii se regăsesc în studiile din acest volum, studii sectoriale cel mai adesea, dar care confirmă, fiecare în parte, necesitatea unei abordări mai complexe, în plan teoretic, şi mai adecvate, în planul cercetării de teren, a proceselor specifice „presei în tranziţie". În acest sens, aş vrea să citez numai excelentul capitol care demonstreză, în pofida poncifelor atât de distribuite de presă, că mass-media nu au avut un rol decisiv în orientarea opiniei publice în alegerile din 1996 : „Astfel, climatul public/politic (a) a fost receptiv la climatul pe care mass-media partizane, majoritare în favoarea opoziţiei, au încercat să-l stabilească pe timpul campaniei ; (b) nu şi-a avut originea în prezentarea prin mass-media a societăţii, politicii şi campaniei, deşi pare să fi fost informat şi întărit de aceasta şi a servit ca test de turnesol pentru climatul pe care mass-media partizane au încercat să-l stabilească".

În contextul acestor preocupări, un rol aparte revine studiului structurii, ideologiei şi comportamentului celor care fac mass-media : jurnaliştii. Cartografiind astfel teritoriul instituţiilor din presa noastră post-totalitară, Peter Gross analizează cu predilecţie dimensiunile legislative şi reglementare în care se desfăşoară activitatea jurnaliştilor şi statutului profesional al acestora. Autorul remarcă stadiul *pre-profesional* în care se află breasla, caracterizată de o creştere numerică rapidă, haotică şi de un auto-didacticism bazat pe preluarea necritică a deprinderilor existente în câmpul exerciţiului cotidian al îndeletnicirii de jurnalist. El consideră că cele două momente de referinţă din istoria presei româneşti (perioada interbelică şi perioada comunistă) se caracterizează, dincolo de diferenţele de ideologie, prin aceleaşi dimensiuni structurale : caracterul partizan şi polemic, prioritatea opiniei şi dezbaterii de idei, stilul personal şi patimaş, intenţia de a convinge şi nu de a informa. El remarcă astfel tendinţa de „intelectualizare" a presei române, nu numai în segmentul ei cultural, ci şi în acela, general, de informare ; în replică, s-a dezvoltat o presă populară, senzaţionalistă, care are în comun cu presa de idei lipsa muncii serioase de căutare şi verificare a informaţiei.

Peter Gross defineşte astfel problemele majore cu care se confruntă jurnalismul românesc : „absenţa unui simţ clar al valorilor aflate la baza discursului şi a discuţiilor pe care trebuie să le faciliteze şi să le realizeze în colectarea şi răspândirea informaţiilor ; lipsa de respect faţă de audienţă ; lipsa de respect faţă de informaţia verificabilă (...) ; convingerea fermă, printre jurnalişti, că sunt mai degrabă descoperitorii adevărului, decât doar furnizorii de informaţie corectă (...) ; sentimentul că jurnaliştii sunt lideri socio-politici şi culturali, când, de fapt, ei sunt doar cei care facilitează conducerea, implicarea publicului, discursul, educaţia şi procesele democratice într-o şi pentru o societate deschisă".

Judecăţile sale nu sunt unele de valoare, ci unele de constatare ; profesorul american nu scrie ca un apologet al modelului anglo-saxon de presă, ci ca un observator atent şi nepărtinitor al proceselor structurante care definesc profilul trecut şi actual al presei româneşti. Cel

care citeşte atent studiile lui Peter Gross descoperă un optimist „bine temperat”, care ştie se vadă locurile unde lucrurile se schimbă şi sunt pe calea cea bună, ştie să nu se lase furat de discursurile sforăitoare şi să vadă clar tendinţele structurale şi care crede, cu sinceritate, în şansele de modernizare şi profesionalizare ale mass-media româneşti.

Colecţia de studii pe care o punem la dispoziţia publicului oferă jurnaliştilor, cercetătorilor şi intelectualilor nu numai o sumă de analize pertinente şi în cel mai înalt grad revelatoare în plan ştiinţific, ci şi o privire, alta decât cea deja împământenită asupra presei noastre. Ea apare astfel ca un necesar pretext de refecţie şi dezbatere profesională.

Mihai Coman

Exerciţii de cinism şi propagandă: lege, legalitate şi corespondenţii străini în România*

I

În timp ce dezbaterea asupra semnificaţiei *glasnost*-ului, limitele sale şi ultima lui contribuţie la societăţile marxist-leniniste continuă[1], s-a căzut de acord că el constituie într-adevăr o schimbare conceptuală şi filosofică pentru acele state socialiste care l-au adoptat într-o formă sau alta. Diferitele sale interpretări şi aplicaţii afectează cel mai mult Uniunea Sovietică, Ungaria şi Polonia. În Bulgaria şi Cehoslovacia, formele indigene de *glasnost* au un impact mult mai mic, aşa cum este şi în cazul Germaniei de Est, unde, ca întreg, conceptul este aproape în totalitate respins de partidul comunist la putere.

Acolo unde *glasnost*-ul a fost adoptat şi adaptat, statutul presei şi al jurnaliştilor, atât străini cât şi locali, s-a îmbunătăţit în privinţa libertăţii de mişcare şi a accesului la surse. Deşi aceasta nu înseamnă că presa oficială primeşte cartea albă de a comenta sau prezenta orice subiect, în special dacă puterea partidului comunist sau sistemul socialist însuşi sunt puse sub semnul întrebării, el dă posibilitatea jurnaliştilor să investigheze, să analizeze şi să scrie despre multe teme care până recent erau tabu[2].

---

* Apărut în *Political Communication and Persuasion*, 1989, vol. 6, pp. 179-190.

Două naţiuni neatinse de tendinţa către deschidere jurnalistică într-un grad sau altul sunt Albania şi România. De fapt, creşterea progresivă a autorităţii Partidul Comunist Român asupra presei din anii ’70 a strangulat uşoara deschidere permisă, începută în anii ’60[3].

Acest articol se concentrează asupra României, unde un incident recent atrage atenţia asupra legii presei, în special în ceea ce priveşte corespondenţii străini, semnificaţiei ataşate legii şi legalităţii, interpretării date funcţiilor şi libertăţilor presei şi respingerii *in toto* a *glasnost*-ului.

Incidentul la care ne referim s-a petrecut pe 21 ianuarie 1989. Corespondentul *The New York Tribune* pentru Europa de Est, Peter Klebnikov, a fost expulzat din România după ce a încercat să contacteze doi disidenţi români în Cluj[4]. El a fost supus la 10 ore de interogatoriu de agenţii Securităţii[5], iar bloc-notes-ul şi filmul fotografic i-au fost confiscate. Totuşi, nu a fost acuzat de violarea nici uneia din legile româneşti.

Acţiunile autorităţilor române respectă un tipar constant şi, astfel, nu sunt surprinzătoare. De exemplu, cu zece luni înainte de încercarea lui Klebnikov de a-şi face meseria şi de izgonirea lui bruscă, patru jurnalişti francezi au avut aceeaşi soartă pentru acelaşi gen de activitate[6]. În plus, nu trebuie să uităm că deportarea fără motiv, refuzul acordării vizelor de intrare şi hărţuirea jurnaliştilor acreditaţi care au încercat să intervieveze disidenţi au fost folosite de toate naţiunile socialiste într-un moment sau altul din istoria lor[7].

II

Nici o lege a presei nu a funcţionat timp de 27 de ani după ce partidul comunist a ajuns la putere în România, în 1947. În sfârşit, Marea Adunare Naţională a adoptat, pe 28 martie 1974, prima lege românească a presei din perioada de după cel de-al doilea război mondial[8].

Aceasta este cea mai detaliată dintre toate legile socialiste ale presei[9], explicând :

- funcţiile socio-politice ale presei ;
- organizarea, conducerea şi difuzarea presei ;
- drepturile şi îndatoririle jurnaliştilor, acreditarea şi numirea lor ;
- relaţia presei cu statul, organizaţiile şi organele publice şi cetăţenii ;
- protejarea intereselor societăţii şi indivizilor împotriva abuzului asupra dreptului de exprimare prin presă.

Legea detaliază de asemenea natura, extinderea şi controlul asupra activităţii în străinătate a presei române şi a corespondenţilor străini aflaţi în România, difuzarea presei străine în România şi a presei române peste hotare. În sfârşit, ea subliniază sancţiunile ce se impun asupra celor care violează legea presei.

Legea, a cărei formulare a fost supervizată de PCR şi care a fost scrisă „sub directa îndrumare" a preşedintelui Nicolae Ceauşescu, trebuia să confere cadrul legal socialist al relaţiilor partidului cu presa[10]. Această relaţie, afectată de introducerea organelor de natură duală (organe ce împărtăşeau atribute de partid şi de stat), a devenit una în care funcţiile presei şi organizarea sa trebuiau efectuate sub conducerea partidului şi statului. Înainte de legea din 1974, statul era, cel puţin *de jure*, supraveghetorul principal al presei române.

Preşedintele Ceauşescu insistă asupra faptului că legea presei este bazată pe principiul ce afirmă rolul politic conducător al partidului „în toate domeniile de activitate"[11]. Acesta este, în lipsă de altceva, măcar un pricipiu non-marxist distinct. Marx, care a condamnat controlul guvernamental asupra presei în primele sale lucrări, a afirmat că esenţa presei constă în caracterul principial, raţional şi moral al libertăţii[12]. Marx şi Engels au respins întotdeauna posibilitatea, chiar necesitatea ca partidul „marxist" să direcţioneze şi să controleze presa ori activitatea literară şi artistică[13]. Marx

susţine că până şi documentele partidului trebuie să fie libere de orice ingerinţă a conducerii acestuia şi să aibă dreptul de a fi critice[14].

> Este esenţial să avem o presă liberă în Partid, independentă de executiv şi chiar de Congresul Partidului ; de exemplu, ea trebuie să aibă o poziţie faţă de programul şi tacticile adoptate, pentru a se opune fără ruşine măsurilor individuale de partid şi, de asemenea, în limitele principiilor Partidului, să aibă libertatea de a critica programe şi tactici.

Totuşi, dată fiind versiunea lui Marx asupra poziţiei presei ca parte a unei infrastructuri a societăţii, este dificil de înţeles cum a conceput el o presă suficient de liberă de constrângerile pe care le considera dăunătoare pentru societate. Într-adevăr, interpretarea dată de Lenin teoriei marxiste despre presă (operaţională acum în Republica Populară Chineză, Cuba şi alte ţări socialiste) insistă asupra subordonării presei faţă de partid, asupra unităţii ideologice a partidului şi a interzicerii propagării ideilor care vin în contradicţie cu cele ale partidului, în special a acelora răspândite prin presă[15].

În România, preşedintele Ceauşescu insistă că libertatea presei şi a exprimării

> … nu are nimic în comun cu libertatea de a prezenta în presă, radio şi televiziune, film şi teatru, lucrări care contravin şi, prin natura lor, dăunează educaţiei revoluţionare a tineretului şi poporului nostru[16].

Concepţia sa despre libertatea presei este, astfel, mai mult leninistă decât marxistă, cu o doză de stalinism adaptată la modelul străvechi al voievozilor români şi la modul bizantin de conducere predominant în istoria României.

Un exemplu de astfel de maşinaţiuni bizantine este abolirea oficială a cenzurii în 1977. Aceasta a fost posibilă prin promulgarea legii presei, când, după al XI-lea congres al partidului, Comitetul Central al PCR a atribuit responsabilitatea asupra conţinutului presei cadrelor conducătoare din presă şi consiliilor de presă[17].

În consecinţă, comitetul pentru presă şi alte mijloace de informare tipărite, care acţiona ca cenzor, a fost dizolvat[18], iar membrii săi au fost numiţi în consiliile de conducere ale diferitelor publicaţii şi organizaţii editoriale[19]. Cenzorii antrenaţi au fost redesemnaţi pur şi simplu să-şi continue îndatoririle. Manea, un fost jurnalist al agenţiei naţionale de presă, Agerpres, scrie că „Departe de a fi desfiinţat, Oficiul de Cenzură doar s-a mutat de la etajul al treilea al Casei Scânteii mai aproape de structura aşa-numitului Consiliu al Culturii şi Educaţiei Socialiste"[20]. Oricare ar fi situaţia, cenzura nu a fost eliminată, ci numai reorganizată. Dar această „abolire" a cenzurii a mai făcut un pas înainte.

Ceauşescu şi PCR au adoptat o strategie de „democratizare" a presei, implicând toţi angajaţii întreprinderilor de presă în „conducerea colectivă", făcându-i să-şi asume „propria responsabilitate" şi dându-le posibilitatea de a avea un „cuvânt de spus în luarea deciziilor". Conducătorul suprem a spus jurnaliştilor americani în iulie 1977 că

> România caută noi forme democratice... care nu numai diferă de formele clasice de astăzi ale democraţiei, dar le vor şi depăşi cu mult pe acestea[21].

„Noile forme democratice" implică un proces de întărire a braţului partidului şi a preşedintelui român în tratarea tuturor aspectelor societăţii româneşti. Chiar şi atunci, în anii '70, la începutul acestui proces de „democratizare", asemenea pretenţii oficiale erau înşelătoare. De exemplu, Gabanyi a descoperit că „abolirea" cenzurii a adus jurnaliştilor, artiştilor şi celor angajaţi în munci creative mai puţină libertate :

> Rareori înainte s-a mai prezentat politica culturală a statului român în termeni atât de contradictorii, şi rareori prăpastia dintre actualitatea presupusă şi cea reală a fost atât de adâncă[22].

Consecinţele noii legi a presei şi „abolirea" cenzurii urmau să sporească controlul partidului asupra presei şi să îngusteze

parametrii în cadrul cărora jurnaliştii îşi puteau face meseria, prin impunerea unei autocenzuri mai stricte pentru evitarea concedierii sau a unor consecinţe mai grave. Partidul controlează acum atât *de jure*, cât şi *de facto* presa română prin Consiliul Educaţiei şi Culturii Socialiste, un organ de natură duală, partid-stat. Iar PCR este controlat complet şi cu abilitate de Ceauşescu şi de soţia sa, Elena, a căror implicare în problemele presei se extinde de la dirijarea conceperii legilor până la aprobarea şefilor de redacţii, a reporterilor, a călătoriilor în străinătate şi chiar a conţinutului presei[23]. În acest context, orice urmă de jurnalism românesc pare să fi dispărut complet[24].

Nu este surprinzător că, la şapte ani după adoptarea noii legi, Cismărescu îşi reafirmă intenţia, arătând că ea :

> …serveşte scopului principal de a stabili controlul partidului asupra întregii prese, legând-o în mod legal de politica partidului, pentru a creşte conştiinţa populară **şi a împiedica dezvoltarea oricăror tendinţe liberale** ş.a.[25].

Adoptarea legii presei a creat un caz clasic de *Schlimmbesserung* : „îmbunătăţirea" unei situaţii realizată prin înrăutăţirea ei. În analiza sa asupra legii române a presei, Leonhardt afirmă că, în afară de Constituţia României, nici un document legal nu exprimă mai clar pretenţiile totalitariste ale partidului ca legea presei[26].

III

În ochii PCR, scopul legii presei este congruent cu ideea că teoria asupra legilor socialiste în societăţile marxist-leniniste este doar una de legitimare (*Legitimationstheorie*), cea mai importantă temă a sa fiind definirea rolului partidului în societate şi formele pe care le ia statul într-o asemenea societate[27]. Poate că acesta este unul din motivele pentru care supremaţia legilor şi legalităţii este mereu accentuată în România.

În prezent, legea (sau domeniul juridic) nu este separată de domeniile executiv şi legislativ în societăţile marxist-leniniste. De fapt, în concordanţă cu teoria leninistă, funcţiile legii în România nu sunt separate de cele ale politicii care, la rândul lor, sunt expresia capriciilor lui Ceauşescu şi ale soţiei sale[28]. În termeni marxist--leninişti, după cum scrie Patulea,

> Legea este şi ea politică, şi mai concretă prin rezultatele sale : realizarea politicii statului. Aceasta înseamnă că legea trebuie să fie considerată şi elaborată ca politică, prin care înţelegem un rol de conducere corespunzând unui plan de acţiune a cărui stipulare este atingerea unui anumit ţel. Astfel, în acest sens, toate acţiunile din toate sferele ar putea fi conceptualizate ca politică[29].

Nu este surprinzător, cel puţin oficial, că rolul legii în societatea românească creşte continuu în tandem cu acela al statului şi partidului[30]. În timp ce ideologia şi activitatea politică au căpătat un rol central, legea a devenit o putere tot mai mare în educarea şi în formarea concepţiei politice şi în acceptarea normelor socialiste în toate sferele vieţii. Funcţia sa este dublă : (1) a educa şi (2) a persuada sau a forţa aderarea la legalitatea şi normele legii socialiste.

Ceauşescu a avertizat în mod repetat, încă din 1974, că

> aplicarea riguroasă a legii pentru a asigura respectarea legalităţii socialiste este obligatorie pentru toate organele statului, pentru toţi cetăţenii României. Nimănui nu-i este permis să încalce sau să nu respecte legea[31].

Teoretic, respectarea strictă şi cunoaşterea legilor socialiste în toate sectoarele vieţii sunt cele mai importante principii în societatea românească. În practică, aşa cum ilustrează cazul Klebnikov, ele servesc doar ca unelte de control sau educaţional-ideologice, dacă şi când este convenabil. În caz contrar, legile pot fi ignorate, manevrate cu iscusinţă sau schimbate prin decret pentru a ajuta la atingerea anumitor scopuri definite de către conducere.

Oficial, în condiţiile în care legea este o expresie normativă a PCR şi astfel a politicii şi ideologiei statului, orice acţiune care etalează indiferenţă faţă de lege sau violează legea (sau Constituţia)[32] este considerată dăunătoare şi intolerabilă[33]. Desigur, în afară de cazul în care aplicarea sa nu este gândită să servească unei forţe educaţionale sau de persuasiune. În cazul Klebnikov, respectarea legalităţii socialiste ar fi putut servi aceluiaşi ţel internaţional pe care l-a avut alungarea sa : un alt avertisment pentru jurnaliştii străini să nu încerce să contacteze disidenţi români sau să scrie orice despre subiectele neaprobate de clica domnitoare, cum ar fi, de exemplu, că libertatea presei este inexistentă în România. Dar a ignora legalitatea în acest caz a fost un fapt mai puţin complicat, mai convenabil şi cu rezultate mai rapide. A-l aduce pe Klebnikov în instanţă în Bucureşti ar fi sporit atenţia mass-media faţă de România, mai mult decât a făcut-o expulzarea sa, şi ar fi produs o concentrare internaţională asupra expunerii repetate, făţişe a minciunii legate de faptul că există un grad semnificativ de libertate a presei în România.

Ignorarea legii şi legalităţii a devenit atât de acută, încât chiar unii membri ai partidului au lăsat deoparte orice precauţie şi s-au plâns în public de asemenea practici. Într-o scrisoare deschisă în care era atacat Ceauşeşcu, elaborată în ianuarie 1989 şi făcută publică în luna mai de către BBC, şase membri proeminenţi ai PCR îl acuzau, printre altele, de nerespectarea Actului final de la Helsinki şi a Constituţiei şi legilor României. Printre semnatari, s-au aflat Gheorghe Apostol, primul secretar al partidului la mijlocul anilor ’50, Corneliu Mănescu, fost ministru de Externe, şi Silviu Brucan, fost ambasador al României în Statele Unite[34].

Părerea din 1974 a lui Brzezinski asupra constituţiilor comuniste şi a importanţei lor se potriveşte şi României anului 1983 la care, de fapt, face referire în evaluarea sa negativă :

> Pentru un comunist, Constituţia nu este un angajament legal complicat, organizând şi limitând puterea şi exprimând anumite norme

> sociale. Mai degrabă ea este o reflectare a realităţii existente şi un mijloc de înlesnire a transformării societăţii. Este atât pasivă, cât şi activă, semnificativă numai în cadrul propriei faze istorice, şi poate fi modificată când o dictează circumstanţele[35].

Brzezinski nu ia în considerare o altă posibilitate : ignorarea totală a Constituţiei chiar de către conducerea care a adoptat-o.

Deoarece funcţiile educaţionale şi de control ale legii sunt aplicabile doar la nivel naţional, utilizarea legii presei în cazul Klebnikov pentru scopuri autohtone s-ar fi putut concretiza doar în transmiterea unui mesaj românilor care ar fi putut discuta cu reprezentanţii presei străine. Dar acest scop este prea puţin semnificativ pentru a justifica ajungerea unui caz în tribunal, întrucât românii erau deja condiţionaţi să nu vorbească cu străinii în general, cu presa străină în particular, şi erau obligaţi să raporteze autorităţilor orice contact cu străinii[36]. Cu disidenţii doritori să acorde interviuri presei străine se tratează separat, în cadrul sau în afara legii, ambele modalităţi oferind o „lecţie" pentru români.

O asemenea şarlatanie în tratarea temelor legate de respectarea legalităţii şi a procesului de aplicare a ei aşază legea socialistă română într-o poziţie care este mai puţin credibilă şi suportabilă în raport chiar cu aceea la care trimite teoria legitimării limitate a legii socialiste.

IV

Dacă legalitatea ar fi fost respectată şi Klebnikov adus în judecată, legea română a presei ar fi fost principalul instrument de acuzare. Şi, aşa cum specifică articolul 90 al legii presei, sancţiunile la care se expun jurnaliştii care nu o respectă „înseamnă pedepse disciplinare, materiale, civile sau penale".

Dar Klebnikov a fost deportat şi, ca versiune oficială, lui şi lumii li s-a spus că motivul a fost angajarea lui în „acţiuni incompatibile

cu cele ale unui jurnalist”[37]. Această afirmaţie a fost făcută pe baza interpretărilor româneşti ale ideilor de libertate a presei şi de îndatoriri ale jurnaliştilor, aşa cum erau elaborate în legea presei. Klebnikov, printre alţi corespondenţi străini, era judecat după aceleaşi criterii după care sunt acreditaţi şi judecaţi jurnaliştii români.

Într-adevăr, conform legii române a presei (articolul 40), Klebnikov nu poate fi considerat jurnalist, fiindcă el nu sprijină, cum prevede textul, „aplicarea în viaţă a politicii PCR pentru o societate multilateral dezvoltată”. Şi, judecând după încercarea sa de a intervieva disidenţi, nici nu s-a condus după „normele eticii şi echităţii socialiste”.

Klebnikov a fost judecat pe baza concepţiei lui Ceauşescu, mult timp respectată, că un jurnalist ar trebui să fie

> …un luptător comunist, un activist de partid în această sferă de activitate (presa)…[38].

Corespondentul american se pare că nu a îndeplinit acest criteriu, iar modul în care îşi practica meseria era incompatibil cu interpretarea pe care o dădea legea obligaţiilor sale de jurnalist. Articolul 40 subliniază că aceste îndatoriri constau, printre altele, în (1) contribuţia prin toate mijloacele la împlinirea funcţiilor socio-politice ale presei aşa cum a fost stabilit prin lege şi prin documentele PCR ; (2) servirea cu devotament a cauzei socialismului şi comunismului şi lupta pentru a pune în practică politica internă şi externă a partidului şi statului ; (3) lupta pentru promovarea spiritului revoluţionar în toate domeniile vieţii socialiste şi împotriva „imobilităţii, conservatorismului şi rutinei” şi a tuturor factorilor care ar putea „opri dezvoltarea societăţii” ; (4) dovedirea standardelor înalte de etică şi profesionalism, obiectivitate şi responsabilitate, de respectare a legilor şi secretelor de stat şi lupta pentru adevăr.

Articolul 76 specifică încă o îndatorire a jurnaliştilor români : respectarea Articolului 69 care vizează publicarea de materiale în presă. Acesta spune că :

> Libertatea presei nu poate fi folosită în scopuri potrivnice orânduirii socialiste, ordinii de drept statornicite prin Constituţie şi celelalte legi, drepturilor şi intereselor legitime ale persoanelor fizice şi juridice, moralei socialiste.
> În apărarea intereselor societăţii şi persoanelor împotriva folosirii abuzive a dreptului de exprimare prin presă se interzice publicarea sau difuzarea materialelor care :
> a. sunt potrivnice Constituţiei RSR ;
> b. conţin atacuri împotriva orânduirii socialiste, principiilor politicii interne şi externe a Partidului Comunist Român şi a Republicii Socialiste România ;
> c. defăimează conducerea partidului şi statului ;
> d. îndeamnă la nerespectarea legilor statului ori la săvârşirea unor acte ce constituie infracţiuni.

În mod clar, parametrii jurnalismului, ai îndatoririlor jurnaliştilor şi ai libertăţii presei sunt explicaţi în articolul 69. În definitiv, legea română a presei, aşa cum o arată preambulul său, a fost adoptată

> Ţinând seama de misiunea social-politică pe care presa o are în înfăptuirea politicii generale a Partidului Comunist Român de construire a societăţii socialiste multilateral dezvoltate şi de edificare a comunismului în Republica Socialistă România.

Rolul politic, ideologic şi educaţional al presei române (şi al jurnaliştilor) este dictat de articolele 7-16, iar controlul partidului şi statului asupra presei, de articolele 2, 17-19 şi 22-23.

Dacă legea română a presei în general pare să accentueze criteriile după care sunt judecaţi atât jurnaliştii români, cât şi cei străini, două articole ale ei (Secţiunea 2, capitolul VI) se adresează în mod special corespondenţilor străini în România. Primul, articolul 83, tratează în principal acreditarea corespondenţilor permanenţi sau temporari, care poate fi obţinută numai de la Ministerul Afacerilor Externe. Articolul 84, arătând mâna de

ajutor pe care autorităţile române o întind jurnaliştilor străini, afirmă cu maximă ipocrizie:

> În exercitarea atribuţiilor lor în Republica Socialistă România, corespondenţii de presă străini se bucură de sprijinul autorităţilor române în vederea obţinerii, din partea **persoanelor autorizate şi instituţiilor** [s.a.], a materialelor documentare necesare bunei desfăşurări a activităţii lor.

Corespondenţilor de presă străini li se facilitează vizite de documentare, convorbiri, interviuri şi participarea la acţiuni cu caracter naţional sau internaţional.

Corespondenţii de presă străini îşi vor desfăşura activitatea în conformitate cu legile Republicii Socialiste România.

Este clar că „autorităţile române” îi vor ajuta pe corespondenţii străini să obţină informaţii doar din surse autorizate. Adevărul este că sursele neautorizate nu au voie să ofere nici o informaţie şi corespondenţii străini nu numai că nu vor fi ajutaţi, ci vor fi chiar împiedicaţi să caute informaţii la asemenea surse.

Chiar şi facilitarea interviurilor, de exemplu, este un mod de a monitoriza şi controla corespondenţii[39], iar Lendvai scrie

> Contactele dintre cetăţenii obişnuiţi şi jurnaliştii străini sunt permise doar dacă ministerul în grija căruia se află persoana respectivă sau preşedintele Comitetului Popular [sic] municipal sau regional îi dă acordul. Conversaţiile cu străinii trebuie raportate imediat poliţiei sau directorului de întreprindere. Jurnaliştii nu au acces la surse, iar interviurile au loc în general în prezenţa a cel puţin altor două persoane – una din ele luându-şi notiţe. Nici chiar în Uniunea Sovietică sau în Cehoslovacia jurnaliştii care cunosc ţara sau vorbesc limba nu sunt atât de strict urmăriţi ca în România[40].

Cazul Klebnikov dovedeşte încă o dată că autorităţile române nu permit interviurile neautorizate cu persoane neautorizate.

Prevederea din articolul 84 adresată corespondenţilor străini de a-şi îndeplini datoria „respectând” legile ţării este de asemenea

menită să le îngrădească libertatea de a-şi face meseria. Pentru a înţelege limitele pe care „respectarea legilor în Republica Socialistă România” le impune unui jurnalist este suficient să fie luat în considerare doar Articolul 69 din legea presei, citat mai sus.

În consecinţă, se pare că pentru jurnaliştii străini „respectarea legii” înseamnă respectarea literei şi spiritului legii presei, inclusiv a articolelor care definesc funcţia presei române şi îndatoririle jurnaliştilor români.

Dacă acest caz Klebnikov ar fi ajuns în tribunal, se presupune că ar fi fost judecat pe baza articolului 69 (f) : „încurajarea nerespectării legilor statului sau încurajarea comiterii de acte ce constituie infracţiuni”.

Ipotetic, acuzarea ar fi putut de asemenea argumenta că, deşi nu s-a realizat nici un interviu şi în consecinţă nici nu s-a publicat nimic, prevederile articolului 69 (a), (b) şi (c) au fost pur şi simplu anticipate pe o intenţie de interviu. S-ar fi creat situaţia asemănătoare cu povestea omului acuzat că are idei periculoase. „Ce a spus ? ” întreabă judecătorul. „Datorită vigilenţei poliţiei noastre secrete, el a fost arestat înainte de a putea spune ceva”, răspunde procurorul.

V

Într-un articol nesemnat apărut în 1989 în *Presa Noastră*, publicaţia jurnaliştilor profesionişti din România, cuvintele lui Ceauşescu sunt reproduse cu evlavie şi se subliniază că întreaga suflare a presei face din studiul şi înţelegerea operei preşedintelui obiectivul central al activităţii sale. În plus, se arată că ideile sale „profund ştiinţifice” referitoare la dezvoltarea ţării se bazează pe condiţiile istorice obiective ale României şi nu pe „modele de împrumut”[41]. Articolul lasă să se înţeleagă că şi *glasnost*-ul ar fi un astfel de model, de care România se poate dispensa.

Rezistenţa la schimbare în România îşi are rădăcinile atât în opoziţia tradiţională a partidelor comuniste faţă de orice le-ar putea periclita supremaţia, în cultul personalităţii care domină ţara, cât şi în viziunile dinastice ale „primei familii”.

Acţiunile arbitrare ale României în cazul Klebnikov confirmă încă o dată faptul că ţara se mulţumeşte cu păstrarea *status-quo*-ului şi nu se lasă contaminată de nici o idee de deschidere. Acest fapt ilustrează de asemenea continua ei izolare faţă de comunitatea internaţională şi statutul ei singular în rândul ţărilor est-europene, obţinut mai degrabă din totala stalinizare decât din liberalizare.

Jurnalismul românesc, dacă mai poate fi numit aşa în aceste circumstanţe, este complet controlat, direcţionat şi manipulat în conformitate cu nevoile partidului aflat la conducere, toanele şefului său şi necesităţile pe care le incumbă cultul personalităţii construit în jurul lui Ceauşescu şi al soţiei sale.

Legea presei în vigoare astăzi este chiar întruchiparea respingerii *glasnost*-ului. Astfel concepută, ea reprezintă un document cinic de comunicare politică şi, alături de lege, în general, şi de supremaţia legii, în particular, nu este altceva decât un mijloc de propagandă menit să creeze imaginea unei societăţi în care domneşte legalitatea, iar instituţiile şi conducătorii lor se supun legii. Fără o schimbare în conducerea şi politica României şi fără abrogarea sau modificarea substanţială a legii presei, jurnalismul românesc nu-şi va începe drumul către renaştere şi nu va exista nici o deschidere pentru presa română sau pentru corespondenţii străini din România. Ultimilor li se va permite în continuare să „prezinte” viaţa românilor doar cu ochii legaţi, cu dopuri în urechi şi cu membrii Securităţii pe urme.

Epilog

Revoluţia populară din decembrie ’89 a răsturnat regimul comunist vechi de 43 de ani şi pe liderul lui suprem, Nicolae Ceauşescu.

Legea comunistă a presei, ca şi alte legi speciale care vizau radioul, televiziunea şi agenţia naţională de ştiri au fost abrogate. Pe 22 decembrie, presa română s-a scuturat în totalitate de cenzura opresivă şi de controlul partidului instituit în 1947, când PCR a ajuns la putere prin forţa armelor ruseşti.

Pe 25 decembrie, în ziua în care Nicolae şi Elena Ceauşescu au fost executaţi după o judecată ţinută în secret, doi jurnalişti străini au murit şi alţi cinci au fost răniţi în timpul puternicelor lupte de stradă din România, desfăşurate între forţele pro-democratice şi Securitate („Bat clopotele pentru jurnaliştii aflaţi în România”, *San Francisco Chronicle*, 26 decembrie, 1989). După căderea regimului comunist, jurnaliştii străini au primit vize de intrare în România fără nici o problemă şi au relatat nestingheriţi evenimentele. (Autorul a petrecut 9 zile la Timişoara şi Bucureşti la jumătatea lunii ianuarie în calitate de corespondent al *San Francisco Chronicle*.)

Frontul Salvării Naţionale, care conduce acum România până la alegerile democratice preconizate pentru luna mai, a desemnat un comitet care să elaboreze o nouă lege a presei. Încă nu a fost dat un termen limită pentru conceperea ei, însă graba cu care acest comitet a fost numit reprezintă dovada importanţei pe care noua conducere a României o acordă presei.

Jurnalismul românesc deja s-a schimbat, fapt atestat de diversitatea cotidianelor şi revistelor polemice şi nonconformiste cerute de un public avid de opinii şi informaţii variate. Problemele însă rămân. Mulţi cititori se plâng de superficialitatea materialelor, de utilizarea vechiului limbaj ceauşist de către jurnaliştii obişnuiţi cu verbiajul presei comuniste şi de readucerea în actualitate

a temelor vechiului regim. Cei mai mulţi jurnalişti români recunosc problemele cu care se confruntă jurnalismul în ţara lor şi sunt pregătiţi să reînveţe meseria şi să-şi redefinească raţiunea de a fi.

Mediul politic românesc a suferit schimbări importante şi este de aşteptat că va evolua într-un mod specific către democraţia occidentală. Populaţia, liderii politici şi jurnaliştii consideră că o presă liberă şi diversă va contribui la democratizarea României. Studierea mass-media româneşti în această perioadă de tranziţie, precum şi a viitorului societăţii româneşti este un demers care revine profesorilor de ştiinţele comunităţii care, acum, o pot face nestingheriţi de constrângerile impuse de regimul comunist.

Note

1. Pentru exemple, vezi Robert Novak, *Taking Glasnost Seriously* (Washington, DC : American Entreprise Institute for Public Policy Research, 1988) ; Walter Laqueur, „Glasnost & Its Limits”, *Commentary* (July 1988) : 13-24 ; John M. Battle, „Uskorenie, Glasnost and Perestroika : The Pattern of Reform Under Gorbachov”, *Soviet Studies* 3 (July 1988) : 367-384 ; V. Rubanov, „From the Cult of Secrecy to the Information Culture”, *Soviet Law & Government* 1 (Summer 1989) : 6-9. Nu există un acord nici cu privire la semnificaţia cuvântului *glasnost*, unii definindu-l ca publicitate, iar alţii ca deschidere (aici termenul este interpretat ca deschidere, deşi cu limite). Vezi, de exemplu, David Satter, „The Foreign Correspondent in Moscow. On Manipulation and Self-Deception”, *Encounter* 5 (May 1987) : 58-63.
   O nouă carte semnată de Mihail Gorbaciov oferă viziunea sa asupra glasnost-ului. Vezi Michail Gorbatschow, *Glasnost. Das Neue Denken* (Berlin : Ullstein, 1989).
2. Jurnaliştii sovietici, de exemplu, au trebuit să înveţe cum să prezinte subiecte considerate până de curând de neatins : de pildă, vinovăţia lui Lenin în stabilirea terorii statului şi crimele comise de Stalin (vezi Bill Keller, „Lenin Faulted on State Terror, and a Soviet Taboo Is Broken”, *New York Times*, June 8, 1988, p. 1 ; Charles Strouse, „Reporters Learn to Tell Hard Stories”, *Los Angeles Times*, Jan. 31, 1988, p. VI). *Glasnost*, o revistă independentă din Moscova, a avut dreptul, timp de câteva luni, să prezinte subiecte de care presa oficială încă se fereşte. Autorităţile sovietice au hărţuit editorul revistei luni de zile şi în final au desfiinţat-o în 19 mai 1988 (vezi Bill Keller, „Publisher of Glasnost Magazine Is Arrested In A Soviet Crackdown”, *New York Times*, May 10, 1988, p. A14 ; Bill Keller, Soviet Closes A Magazine Extolling Openness”, *New York Times*, May 19, 1988, p. A13). În Polonia şi Ungaria, presa oficială are şi ea limitele sale în ceea ce priveşte subiectele care pot fi tratate şi opiniile exprimate. În Polonia, de exemplu, un nou ziar independent, *Gazeta*, a început să funcţioneze în mai 1989, iar în Ungaria, o revistă săptămânală independentă, *Reform*, a fost lansată în aprilie 1989.

3. În anii ’60, România a intrat într-o fază de reorientare a politicii interne şi externe, care a avut ca rezultat o mică deschidere a presei, afectând atât presa română, cât şi cea străină care acoperea ţara. România a fost etichetată ca naţiune est-europeană liberă după felul cum a tratat Uniunea Sovietică şi naţiunile occidentale. Vezi Leonard Fein & Victoria Bonnell, „Press and Radio in Romania : Some Recent Developments”, *Journalism Quaterly* 42 (1965) : 443-449 ; Armand Gaspard, „Rumania – Advertisments and a Move to Objectivity”, *PIP Review* 8 (May 1965) : 17.
4. Peter Klebnikov, „For Newsmen in Romania, Glasnost Is in Short Supply”, *New York City Tribune*, 8 febr. 1989, pp. 1, 3.
5. Securitatea este corespondentul român al KGB-ului şi se afirmă că angaja mii de români pentru a ajuta la urmărirea altor români, ca şi a străinilor călătorind prin ţară.
6. Doi reporteri francezi de televiziune (13 aprilie 1988), un corespondent al *Le Figaro* (22 sept. 1988) şi unul al *Le Nouvelle Observateur* (8 nov. 1988) au fost alungaţi din România pentru încercarea de a vorbi cu disidenţi, inclusiv Doina Cornea şi Mariana Botez. Vezi de asemenea William Echikson, „Journalists Find High Barriers to Serious Reporting in Romania”, *The Christian Science Monitor*, 31 ian. 1989, p. 6.
7. Pentru descrieri ale tratării corespondenţilor străini în Uniunea Sovietică şi naţiunile Europei de Est, vezi Paul Lendvai, *The Bureaucracy of Truth* (Boulder, CO : Burnett Books, 1981), pp. 238-247. O altă ocupaţie favorită a multor state socialiste este de a refuza acordarea vizelor de intrare acelor jurnalişti care au scris articole considerate negative de regimurile la putere, sau jurnaliştilor din diferite mass-media care supăraseră într-un fel sau altul conducerea şi sunt astfel „pedepsiţi”. Pentru exemple recente din România, vezi „Western Journalists Barred From Romania”, *Washington Post*, 25 mai 1987, p. A29 ; Andrew Nagorski, „Inside Eastern Europe”, *Columbia Journalism Review* 4 (nov./dec. 1988) : pp. 45-48.
8. Legea română a presei din 1974 a fost extinsă şi uşor modificată în 1977.
9. De exemplu, există un contrast puternic între legea română a presei şi cea maghiară. Legea maghiară din 1986 are doar 55 de articole, în comparaţie cu cele 101 ale legii române, iar acestea sunt mult mai generale ca natură, mai puţin concentrate pe funcţiile socio-politice ale

presei şi jurnaliştilor. Ea lasă mai mult loc de interpretare a limitelor pentru ceea ce poate fi şi ceea ce nu poate fi publicat. O nouă lege a presei este pregătită acum în Ungaria, mai liberală şi mai democratică. Aceleaşi comparaţii generale pot fi făcute între legea română şi cele din Cehoslovacia, Polonia şi Iugoslavia.

10. Ion Ceterchi, „Legea presei. Un document important politic şi juridic”, *România Liberă*, 4 aprilie 1974, nr. 9157, p. 12.
11. Nicolae Ceauşescu, „Cuvîntare la plenara CC al PCR şi Consiliului Suprem al dezvoltării economice şi sociale”, în *Scînteia*, 30 iunie 1977, p. 1 ; vezi de asemenea I. Stănescu, „Creşterea rolului conducător al partidului şi dezvoltarea democraţiei socialiste”, *Scînteia*, 27 iunie 1989, pp. 1, 5 ; „Controlul de partid – operativ, preventiv, eficient”, *Scînteia*, 7 iunie 1989, pp. 1, 5.
12. Karl Marx, „Debatte über die Pressefreiheit”, în *Rheinische Zeitung*, 5 mai 1842, aşa cum este citat în *Werke I* (E. Berlin : Dietz Verlag, 1961-1968), p. 54.
13. Scrisoarea lui Friedrich Engels către August Babel (1-2 mai, 1891), citată în *Werke XXXVIII* (E. Berlin : Dietz Verlag, 1961-1968), p. 74.
14. *Ibid*. (19 noiembrie 1891), p. 517.
15. V.I. Lenin, „Party Organization in Party Literature”, 13 nov., 1905, în *Werke X* (Moscow : Foreign Language Publishing House, 1960-1966), p. 46.
16. N. Ceauşescu, *România pe drumul construirii societăţii socialiste multilateral dezvoltate*, vol. 6, Editura Politică, Bucureşti, 1972, p. 247.
17. Annali Ute Gabanyi, „Das Zensursystem in Rumanien”, *Wissenschaftlischer Dienst Sudösteuropa* 5, 1978, pp. 270-273.
18. Decretul nr. 472, publicat în *Buletinul Oficial* nr. 138, 27 dec. 1977.
19. Gabanyi, „Das Zensursystem” ; vezi şi A.U. Gabanyi, „Wiederverhartung der Bukarester Literaturpolitik ? ”, *Wissenschaftlischer Dienst Sudösteuropa* 7, 1977, pp. 179-192.
20. Ion Manea, „The Romanian Press : Does It Exist in Today’s Romania ? ”, *Journal of the American Romanian Academy*, nr. 6-7, 1985, pp. 142-147.
21. Citat în Gabanyi, „Das Zensursystem”, p. 270.
22. *Ibid*., p. 271.
23. Lendvai, *The Bureaucracy of Truth*, pp. 43-44 ; Manea, „The Romanian Press” ; Ion Manea, „The Romanian Press : Does It Exist in Today’s

Romania? Why are Romanian Foreign Correspondents Nowhere to Be Found?", *Journal of the American Romanian Academy*, nr. 8-9, 1986, pp. 149-155.

24. I. Manea, „The Romanian Press", 1985.
25. Michael Cismarescu, *Einfuhrung in das Rumanische Recht*, Darmstadt, Wissenschaftlische Buchgesellschaft, 1981, p. 83.
26. Peter Leonhardt, „Das rumanische Presserecht nach dem Gesetz vom 28.3.1974", *Jahrbuch fur Ostrecht 15*, 1974, pp. 199-229.
27. Vezi Dietrich Frenske, „Was ist 'sozialistisches Recht?", *Östeuropa Recht 31*, 1977, p. 551.
28. Vezi Roberto Giardina *et al.*, „Perestroika Alla Romena", *Epoca*, 1989, pp. 72-83; Kenneth W. Banta, „Where Glasnost Is Still a Dirty Word", *Time Magazine*, sept., 1988, pp. 31-32; Hannes Reichmann, „The Last Stalinist. Ceausescu vs. the World," *World Press Review*, nr. 11, 1988, p. 22; Misha Glenny, „Waiting for the Personality to Go", *New Statesman*, ian. 1987, p. 19.
29. Vasile Patulea, „Fundamentul politic şi ideologic al dreptului", *Revista Română de Drept*, nr. 11, 1973, p. 3; vezi şi G. Vrabie, „Consideraţii privind raportul dintre politică şi drept", *Revista Română de Drept*, nr. 3, 1974, p. 3.
30. Vezi „Cuvîntarea Tovarăşului Nicolae Ceauşescu", *Scînteia*, 29 iunie, pp. 1-4. Ceauşescu subliniază necesitatea lărgirii rolului justiţiei şi importanţa respectării legii; vezi şi Ion Ceterchi, „Rolul Partidului Comunist Român – Forţa politică conducătoare a societăţii noastre – în dezvoltarea statului şi dreptului", *Revista Română de Drept*, nr. 7, 1971, pp. 3-14.
31. N. Ceauşescu, „Cuvîntarea la constituirea activului de partid şi de stat din ministere şi instituţii centrale din 11 aprilie 1974", *Scînteia*, 13 apr. 1974, p. 1; Ceauşescu a susţinut acelaşi lucru în cuvântarea ţinută la plenara Comitetului Central al PCR, din 28 iunie 1989 (vezi *Scînteia*, 29 iunie 1989, p. 3).
32. Art. 28 din Constituţia României din 1975 stipulează forma legală a legii presei.
33. *Scînteia*, 28 iunie 1989, p. 3; vezi şi Ceterchi, „Rolul Partidului Comunist Român".
34. „Dear Nicolae", *World Press Review*, nr. 5, 1989, p. 42.

35. Zbigniew Brzezinski, *The Soviet Bloc*, Cambridge, MA : Harvard University Press, 1974, p. 77.
36. Fay Willey *et al.*, „Down With the Dictator, Ceausescu's Romania : Protests, Not Glasnost", *Newsweek*, 28 dec. 1987, pp. 27-28.
37. „U.S. Correspondent Ousted From Romania", *Presstime*, nr. 3, 1989, p. 53.
38. „Mesaj şi formă grafică în elaborarea ziarului", *Presa Noastră*, nr. 3, 1988, p. 21.
39. Secţia străină de corespondenţi a agenţiei române de ştiri Agerpres era însărcinată să găzduiască jurnaliştii străini, dar să le şi urmărească activitatea din ţară.
40. Lendvai, *The Bureaucracy of Truth*, p. 250.
41. „Lucrările şi hotărîrile marelui forum al democraţiei muncitoreşti revoluţionare", *Presa Noastră*, nr. 11-12, 1988, pp. 5-8, 30.

Limitarea presei libere în România*

Jurnaliştii străini şi alţi observatori au atribuit rezultatele alegerilor generale româneşti din 20 mai 1990 – în care Ion Iliescu a câştigat preşedinţia cu 86% din voturi, iar Frontul Salvării Naţionale (FSN) a obţinut peste 65% din fotoliile parlamentare – unui regim politic imatur şi unei fraude electorale a FSN[1]. Ambele explicaţii sunt adevărate, dar prea simpliste. Mulţi factori au fost responsabili pentru victoria FSN, dar poate cel mai important a fost absenţa unei sfere publice dezvoltate, capabilă să susţină o opinie publică bine informată. Mass-media unei asemenea societăţi, în mod special, ar trebui să fie capabile să educe populaţia în spiritul principiilor, obiceiurilor, proceselor şi vieţii unei societăţi democratice. Până acum, mass-media româneşti nu au funcţionat conform acestei îndatoriri. Care sunt motivele eşecului lor ? Cum a contribuit acest eşec la victoria FSN ? O analiză a acestor întrebări ar putea ajuta România în dezvoltarea unei societăţi civile – o dezvoltare ce ar putea crea alternativa în următoarele alegeri generale, programate pentru 1992.

Continuitate în schimbare

Cu doar câteva zile înainte de alegerile din mai, Stelian Tănase, redactor la săptămânalul *22*, editat de Grupul pentru Dialog Social, a anticipat victoria FSN. El comenta : „Va mai trece timp până ce

---

* Apărut în *Orbis – A Journal of World Affairs*, vara 1991, Foreign Policy Research Institute, pp. 365-375.

oamenii vor înţelege ce este o democraţie". Dar, adăuga el, „Când mass-media noastre independente vor avea voie să funcţioneze şi să se dezvolte, vom reuşi să scăpăm de toate vestigiile comunismului şi să construim o democraţie"[2]. Tănase a înţeles că o societate democratică necesită şi alte forme de participare a cetăţenilor în afară de vot şi formarea de partide politice foarte mici, uneori suprapuse. Ea are nevoie de cunoaştere, de disponibilitatea de a purta un dialog politic pentru a simţi ce este democraţia şi cum funcţionează procesele sale. Înseamnă de asemenea acceptarea noţiunii de opoziţie loială şi, mai presus de orice, toleranţă faţă de opiniile diferite. Mass-media trebuie să ajute acest dialog şi procesul de educare politică. Într-o societate de tranziţie cum este România, sarcina mass-media este mai dificilă, pentru că lor li se cere să joace un rol central în remodelarea culturii politice a naţiunii şi a mentalităţilor clasei politice. Din nefericire, mass-media româneşti nu au fost pregătite şi structurate pentru această sarcină enormă. Familia Ceauşescu controla pe de-a-ntregul mijloacele de comunicare de masă ; ea nu a permis apariţia unei prese alternative sau ilegale ; iar mijloacele de comunicare au dus lipsă de facilităţile tehnice necesare pentru a fi eficiente.

Timp de peste patruzeci de ani de control comunist şi cu precădere în ultimii cincisprezece ani, jurnalismul românesc a făcut mai mult decât să prezinte într-o manieră părtinitoare ştirile interne şi externe. Adevărul a fost sacrificat pentru exerciţiul de îndoctrinare al partidului, într-o scriitură disimulată, mobilizatoare şi falsă[3]. Rezultatul a fost pierderea credibilităţii mass-media scrise şi audiovizuale în faţa publicului. Oamenii au rămas fideli ştirilor din „teama de a nu fi «testaţi» de liderii locali ai partidului cu privire la evenimentele curente"[4]. Deşi publicul şi-a perfecţionat abilitatea de a citi printre rânduri, el a început să asculte mai ales ştirile transmise de posturile străine de radio[5].

Astfel, dacă revoluţia din decembrie a modificat semnificativ scena mass-media din România, problemele cauzate de comunism,

tranziţia dificilă spre o societate democratică, acţiunile Guvernului, lipsa de profesionalism, inactivitatea jurnaliştilor şi situaţia socio-politică generală au inhibat rolul mass-media în alegerile din mai. Revoluţia din decembrie a eliberat mass-media de controlul Partidului Comunist Român (PCR), dar schimbarea bruscă a lăsat fără un scop precis, cu excepţia opoziţiei faţă de familia Ceauşescu, rememorarea anilor de opresiune şi revoluţia în sine.

Mass-media post-revoluţionare

Mass-media s-au diversificat rapid între 22 decembrie 1989 şi 20 mai 1990. Presa scrisă s-a dezvoltat cel mai repede, adăugând un număr de aproximativ o mie de noi publicaţii la nivel naţional, de la cotidiane şi săptămânale satirice sau naţionaliste precum *Caţavencu* şi *România Mare*, la ziare de partid şi independente ca *Azi* sau *Expres*. În multe situaţii, o publicaţie îşi încheia apariţia şi o alta îi lua locul. Au existat anumite bănuieli neconfirmate că unii editori i-ar fi mituit pe tipografi să le tipărească ziarele, deci acestea nu pot fi incluse în numărul total al publicaţiilor. Este imposibil de estimat deci numărul de ziare puse la dispoziţia cititorilor.

În mass-media audiovizuale, şase posturi de radio regionale, închise în 1985, s-au redeschis oficial şi s-a înfiinţat un număr nedeterminat de posturi noi, independente (pirat). Două posturi de televiziune – independente de Televiziunea Română oficială (redenumită Televiziunea Română Liberă) – s-au înfiinţat în Timişoara şi Braşov, dar ele nu au propriile frecvenţe de emisie şi trebuie să transmită pe frecvenţa Televiziunii Române oficiale în afara orelor de program ale acesteia[6].

Noile mass-media au adoptat trei forme de bază: (1) mass-media sponsorizate de Guvern, (2) mass-media finanţate de partide politice sau organizaţii sociale, religioase sau academice şi (3) mass-media comerciale înfiinţate în cea mai mare parte de persoane

sau grupuri non-politice. Mass-media existente, pre-revoluţionare, şi-au schimbat orientarea politică ceauşistă şi marxist-leninistă şi şi-au desemnat sau ales directori şi editori noi.

În multe cazuri, presa tipărită şi-a modificat denumirea, ca în cazul cotidianului PCR *Scânteia*, care a devenit *Scânteia Poporului* între 22 şi 25 decembrie, ulterior, *Adevărul*. Mass-media româneşti, în totalitate, inclusiv posturile de radio şi televiziune controlate de Guvern, s-au etichetat ca independente, cu excepţia noii prese de opoziţie răspândite de partidele politice în formare.

Politica a dominat mass-media în perioada dintre revoluţie şi alegeri. Mai precis, mass-media se concentrau asupra a două puncte : (1) sprijinul pentru unul sau mai multe dintre cele optzeci şi două de partide înregistrate, inclusiv FSN, şi (2) o reexaminare a ultimilor patruzeci şi doi de ani de comunism în România, a marxism-leninismului în general şi a principiilor democratice occidentale. Ca o consecinţă a atitudinii politice partizane a presei, au apărut mai multe probleme.

Polemica politică

Mass-media româneşti s-au divizat în două tabere : unele care sprijineau *status-quo*-ul incipient, încă greşit definit, şi altele care sprijineau reformele politice, sociale şi economice imediate. Acestea din urmă se opuneau energic puterii noi apărute şi puneau sub semnul întrebării despărţirea Guvernului de mentalitatea şi autoritarismul socialiste. Mass-media independente anti-FSN şi cele din opoziţie (extrem de restrânse în câmpul audiovizual, dar mult mai largi în presa tipărită) nu şi-au fixat alte sarcini socio-politice definibile. Aşa cum a arătat Herbert Passin în cercetarea sa asupra jurnalismului din statele în tranziţie spre libertate, mass-media „consideră că este dificil să se transforme în tipul de presă responsabilă, non-partizană, pe care o cere noua situaţie”[7].

În consecinţă, puţine publicaţii din România erau independente în mod obiectiv – cu excepţia cotidianului naţional *România Liberă*. Restul erau mult mai preocupate de polemica politică decât de educaţia politică, de prezentarea şi analizarea informaţiei. Pamfletele despre politicieni şi trecutul lor, transpunerea într-o formă nouă a istoriei prefasciste, fasciste sau comuniste, dominau atât presa scrisă, cât şi cea audiovizuală. Astfel, examinarea obiectivă a problemelor curente, a evoluţiei lor şi a viziunilor asupra viitorului societăţii româneşti a ocupat un rol secundar, sau nici nu a existat. Când însă aceste teme au fost abordate, faptul s-a datorat unui săptămânal editat de Grupul pentru Dialog Social, *22*, format din intelectuali, ale cărui limbaj şi idei s-au dovedit prea sofisticate pentru a avea impact asupra marelui public – chiar dacă, în majoritate, acest public avea acces la toate publicaţiile. În consecinţă, în preajma alegerilor, cititorii nu au fost foarte bine informaţi, iar mass-media existente din perioada prerevoluţionară, favorabile lui Iliescu şi FSN, au avut câştig de cauză. În fond, ele aveau o experienţă mult mai mare în ceea ce priveşte propaganda, mobilizarea, îndoctrinarea şi agitarea maselor decât presa nou apărută.

Concentrându-se cu precădere asupra opiniilor şi polemicilor, presa (în special cea scrisă) a ajutat puţin şi mai mult simbolic, dată fiind diversitatea ei, la formarea unei culturi politice democratice în primul an post-Ceauşescu[8]. Mijloacele de comunicare nu au contribuit la orientarea democratică şi colectivă a publicului spre instituţiile politice fundamentale şi spre noul sistem politic democratic. Rezultatul : influenţa lor asupra opiniei publice, ca şi asupra individului, a fost una limitată, fapt care a generat o mare polarizare a alegătorilor, pe care nu a reuşit să-i separe de mentalităţile vechi de peste patruzeci de ani. În consecinţă, opinia publică s-a exprimat fie prin respingerea, fie prin acceptarea conducerii FSN şi a politicii sale.

Lipsa generală de profesionalism poate fi atribuită, parţial, formării noului corp de jurnalişti din presa scrisă şi din audiovizual.

Două treimi dintre ziariştii care activează în presă au început această meserie după revoluţia din decembrie, având puţină pregătire în acest domeniu sau deloc. Deşi cei mai mulţi dintre ei au absolvit instituţii de învăţământ superior pe diverse specializări, legătura lor cu jurnalismul s-a limitat la lecturarea presei comuniste şi, în situaţii cu totul izolate, a publicaţiilor străine interzise în ţară sau la ascultarea posturilor de radio străine. Noii jurnalişti nu au ştiut cum să culeagă informaţii, cum să le prezinte publicului spre lectură, ascultare sau în imagini.

Descentralizare întârziată

În vreme ce diversitatea mijloacelor de comunicare şi libertatea mai mare de expresie au avut ca rezultat, după revoluţia din decembrie, o presă liberă, necenzurată, eliberarea ei de controlul guvernamental încă nu s-a produs. Ministerele şi-au menţinut controlul asupra tipografiilor (învechite) ; asupra fabricilor de hârtie, a mecanismelor de vânzare şi de distribuţie ; asupra difuzării publicaţiilor. Nu ştiu dacă a fost sau nu o coincidenţă, însă editorii publicaţiilor anti-FSN şi de opoziţie s-au plâns de diminuarea cantităţilor de hârtie, de limitări ale timpului de tipărire, de nereguli în distribuirea publicaţiilor pe măsura apropierii zilei alegerilor.

Producţia de hârtie de ziar în România nu a ţinut pasul cu cererea, după decembrie 1989, iar Guvernul a continuat să avizeze exportul[9]. Cele mai mari dificultăţi întâmpinate de presa scrisă au fost puţinele tipografii disponibile. În Braşov, de exemplu, o singură tipografie deservea şaptezeci de publicaţii. În luna aprilie 1990, FSN a decretat ca săptămânalele să apară o dată la două săptămâni, iar cotidianele, cu excepţia ziarului de partid *Azi*, să-şi reducă tirajul la jumătate[10].

Din cauza diminuării alocaţiilor de hârtie şi a timpului de tipărire, *România Liberă* a coborât de la 1 200 000 de exemplare,

zilnic, în ianuarie, la 800 000 de exemplare în mai. Publicaţiile opoziţiei politice, ca şi alte publicaţii independente ce se opuneau FSN-ului şi candidaţilor săi, au întâmpinat aceleaşi probleme[11].

Aşa cum s-a relatat, ziarele de opoziţie au ajuns doar sporadic la abonaţi. Presa care sprijinea FSN nu a avut asemenea probleme. Directorii de la *România Liberă*, *Expres* şi *22* au relatat că abonaţii lor au primit ziarul ce sprijinea FSN, *Adevărul*, în locul publicaţiilor lor. Nu rareori, pachetele de ziare ale opoziţiei, trimise cu trenul în alte oraşe, au fost găsite de-a lungul căii ferate, pe câmp. În perioada pre-electorală, presa de opoziţie şi cea care nu sprijinea FSN raportau săptămânal că le sunt arse sau stocate ziarele[12].

Pe scurt, a existat un efort concentrat din partea suporterilor FSN, dacă nu (oficial) al partidului însuşi, de a inhiba producerea şi distribuirea presei independente anti-FSN şi a celei de opoziţie. În parte din această cauză, şi a decretului prin care se reducea tirajul publicaţiilor independente, mass-media care au sprijit FSN şi candidaţii săi au ajuns la mai mulţi cititori. În mediul rural, unde locuiesc aproximativ 40% din cele 22 de milioane de oameni din România, ele nu au avut practic nici o concurenţă.

Nici mass-media audiovizuale nu au dus-o mai bine. Puţinele echipamente existente, foarte vechi, erau controlate de Guvern, ca şi foarte importanta Televiziune Română – ale cărei emisiuni de ştiri şi de analiză erau în general favorabile FSN. Occidentul a donat câteva echipamente noi unor posturi locale de radio şi televiziune, însă acestea nu au produs o schimbare importantă în modul lor de operare sau în calitatea programelor.

Televiziunea Română publică – cu aproximativ 160 de ore de program săptămânal, incluzând canalele 1 şi 2 – nu avea o concurenţă prea mare din partea posturilor cvasi-independente din Timişoara şi Braşov. Înainte de 20 mai, Guvernul României nu a dat aviz favorabil de înfiinţare a unor noi posturi de radio sau televiziune solicitat de persoane sau grupări independente ori din opoziţie. De exemplu, Guvernul nu i-a permis lui Ion Raţiu,

candidatul Partidului Naţional Ţărănesc Creştin şi Democrat la alegerile prezidenţiale, să-şi deschidă propriul post de radio şi televiziune, în ciuda – sau poate din cauza – faptului că el avea şi dorinţa, şi puterea financiară de a importa echipamente noi, moderne[13]. Rapoarte recente au confirmat, în plus, că Televiziunea Română a obligat partidele din opoziţie să-şi împartă jumătate din timpul de antenă alocat pentru emisiunile cu caracter politic, cealaltă jumătate fiind folosită de TVR în scopuri proprii[14]. În consecinţă, pentru că radioul şi televiziunea au o arie mai mare de răspândire, FSN a obţinut un avantaj semnificativ în cursa pentru voturi.

Mass-media post-electorale

După 20 mai 1990, ritmul apariţiei unor noi mijloace de comunicare nu a scăzut. Presa scrisă a ajuns la aproximativ 1 500 de publicaţii până la sfârşitul anului, iar licenţele provizorii pentru posturi de televiziune independente locale şi regionale s-au înmulţit de la 0 la 14[15]. În primăvara lui 1991, 17 posturi de televiziune independente locale şi regionale primiseră licenţe de emisie. Deşi aceste posturi independente reprezintă o contrapondere importantă la Televiziunea Română, ele se confruntă cu mii de probleme tehnice, financiare, juridice, de program şi de personal. Sunt posturi mici, alcătuite în special din personal amator, angajat cu jumătate de normă, luptându-se zilnic cu programele produse local. Mai mult, existenţa le este sever ameninţată din 1 ianuarie 1991, o dată cu creşterea tarifelor percepute de PTTR pentru retransmiterea semnalelor. Natura temporară a licenţelor ridică de asemenea semne de întrebare cu privire la supravieţuirea lor pe termen lung. Acelaşi lucru este valabil şi pentru posturile de radio independente, dintre care cele mai multe se axează pe programe culturale şi de divertisment, sau sunt posturi pirat care, mai devreme sau mai târziu, vor fi eliminate.

Donaţiile şi veniturile foarte limitate provenite din publicitate reprezintă singura soluţie financiară a noilor posturi de radio şi televiziune. Până când o mare parte a economiei româneşti nu va fi condusă de legile pieţei, de opţiunea consumatorului, de preţuri şi de calitate, publicitatea nu poate reprezenta un venit real nici pentru presa scrisă, nici pentru posturile de radio şi televiziune. În prezent, continua efervescenţă politică este cea care garantează supravieţuirea unui mare număr de publicaţii şi posturi locale de televiziune. Cu toate acestea, precaritatea economică va determina dispariţia lor într-un viitor previzibil.

În domeniul televiziunii naţionale, Televiziunea Română de stat este singura opţiune. Din februarie 1991, ea a eliminat emisiunea „Puncte de vedere" alocată partidelor din opoziţie şi a redus drastic programele în limbile maghiară şi germană. În ciuda presiunii Sindicatului Liber din Televiziune, a Alianţei Civice, a altor grupuri independente sociale şi anticomuniste şi a Societăţii Române pentru Înfiinţarea unei Companii Naţionale de Televiziune Independentă (SOTI), Guvernul FSN opune rezistenţă acordării de licenţe pentru înfiinţarea de televiziuni independente naţionale. Grupurile menţionate continuă să lupte cu îndârjire pentru înfiinţarea unor posturi naţionale independente de televiziune, iar în acest sens au organizat mai multe mitinguri de protest la nivel naţional, care au durat din vara lui 1990, până în primăvara lui 1991. Declaraţia de unitate a opoziţiei parlamentare şi neparlamentare, din 12 aprilie 1991, face din înfiinţarea unei televiziuni independente principala revendicare.

În mod neaşteptat, Ministerul Comunicaţiilor şi Televiziunea Română au permis SOTI, în februarie 1991, să experimenteze transmiterea unui program de trei ore pe zi în Bucureşti, pe canalul 2 al postului de stat. Aproape două luni mai târziu, pe 11 aprilie, Senatul României a dat Televiziunii Române aprobarea de a permite SOTI să-şi înceapă transmisia[16].

Într-o altă mişcare surprinzătoare, pe 15 aprilie, Televiziunea Română a făcut public un plan prin care Canalul 2 urma să fie

preluat de un *joint-venture* finanţat de stat, particular şi cu capital străin. Canalul 1, ale cărui programe ajung în întreaga ţară, urma să fie de asemenea reorganizat ca o „companie autonomă" de stat[17]. Dacă adevărata autonomie va fi realizată de Televiziunea Română rămâne de văzut. Între timp, ea continuă să se lupte cu o credibilitate precară în faţa telespectatorilor săi.

Analizând părerile publicului privind prestaţia Televiziunii Române în timpul alegerilor din luna mai 1990, credibilitatea ei este moderată spre redusă în rândul marelui public, mică sau inexistentă în rândul persoanelor educate[18]. Nu există date ale unor surse independente care să indice dacă imaginea TVR a suferit vreo schimbare la sfârşitul anului 1990, când această instituţie a declarat că s-a desprins de sub tutela statului şi a Guvernului. Cei care critică Guvernul spun că totul este o şaradă menită să facă impresie bună în faţa Occidentului şi să sporească şansele României de a primi statutul de observator în cadrul Consiliului Europei. Poate că aşa este, însă ultimul text privind independenţa Televiziunii Române va putea fi verificat la următoarele alegeri, în atitudinea pe care o va avea TVR faţă de partidele politice şi celelalte grupări.

Fără îndoială, actualul Guvern nu a renunţat la ideea de a controla sau măcar de a hărţui sau manipula presa[19]. Devastarea sediilor cotidianelor independente şi agresarea jurnaliştilor în iulie 1990, când minerii au fost chemaţi de Guvern pentru a reprima demonstraţiile antiguvernamentale reprezintă cel mai elocvent simptom al disconfortului pe care îl simte Iliescu faţă de presa critică independentă. Pe 12 martie 1991, Guvernul a introdus în Parlament un proiect de lege a presei, în care erau prevăzute amenzi grele şi multe zile de închisoare pentru jurnaliştii găsiţi vinovaţi de ofensă adusă autorităţii publice, preşedintelui ţării şi armatei[20]. Proiectul a fost puternic atacat în presa autohtonă şi de Convenţia Naţională a Jurnaliştilor Români (un grup care cuprinde sindicatele jurnaliştilor), ca şi de guvernele străine. Zece zile mai târziu, a fost retras.

Ce poate face Washington-ul

Victoria lui Iliescu şi a FSN în alegerile naţionale din mai 1990 demonstrează necesitatea formării în România a unei prese puternice şi independente, a unor echipamente eficiente de producţie şi de distribuţie, precum şi a unei pregătiri mai bune a jurnaliştilor. În discursul ţinut la Universitatea Carol, din Praga, pe 7 februarie 1990, secretarul de stat american, James A. Baker III, a afirmat că dorinţa Statelor Unite este de a oferi asistenţă în dezvoltarea unor întreprinderi mediatice independente în regiune[21]. În vara lui 1990, Agenţia de Informaţii a Statelor Unite (USIA), la iniţiativa preşedintelui pe Europa de Est, alături de Centrul de Pregătire în Media Internaţională şi Vocea Americii (VOA) au lansat o serie de programe de instruire a jurnaliştilor est-europeni. În plus, Departamentul de Stat al SUA a anunţat, pe 30 august 1990, formarea International Media Fund (IMF), care alocă bani pentru înfiinţarea unor instituţii de presă independente. O consecinţă a acestor eforturi a fost faptul că zece jurnalişti români au participat la un program intensiv de pregătire, timp de două săptămâni, la Universitatea de Stat din California-Chico (CSU-C), în luna iulie 1990. Mai mult, profesorii facultăţii CSU-C au susţinut prelegeri şi seminarii la noua Şcoală de Jurnalism din cadrul Universităţii Bucureşti. Mai mult, alţi jurnalişti români au beneficiat de burse pentru a participa la programe scurte de pregătire în Statele Unite.

IMF finanţează, în prezent, achiziţionarea de echipamente tehnice pentru radio şi televiziune destinate universităţilor menţionate şi unor posturi independente. Northeastern University din Boston, Massachusetts, a donat şi ea echipamente unor universităţi din România. Freedom House a facilitat cumpărarea şi transportul unei tipografii olandeze destinate cotidianului *România Liberă*, în cursul verii care a trecut. Fundaţia Soros a înfiinţat un birou în Bucureşti şi intenţionează să ajute mass-media.

Pentru ca ajutorul să fie eficient (în educare/instruire şi dotare) pentru instituţiile de presă din România, în scopul dezvoltării unor programe coerente, de anvergură şi care să nu se suprapună, este nevoie de o mult mai bună coordonare a diferitelor organizaţii care se ocupă de România. USIA/VOA şi IMF joacă un rol neoficial de coordonare, dar există încă oportunităţi neexploatate în rândul unor organizaţii americane bine intenţionate care sunt interesate de România.

Programele de instruire ale USIA au rezolvat cumva problemele urgente de educare în management, redactarea ştirilor, scriitură şi tehnici de redactare, precum şi în ceea ce priveşte principiile şi stilul occidental de jurnalism. Cu toate acestea, numărul jurnaliştilor care au beneficiat de ele este mic, comparativ cu ponderea celor care lucrează în prezent în branşă, iar rezultatele programelor de instruire sunt aproape imposibil de evaluat. Ajutorul acordat Şcolii de Jurnalism din cadrul Universităţii Bucureşti, ca şi cel pentru Universitatea din Timişoara, în punerea la punct a unui program în domeniu nu-şi vor arăta roadele decât atunci când prima promoţie de absolvenţi va începe să profeseze. Statele Unite trebuie să continue atât programele americane de instruire, cât şi cele româneşti, iniţiate în 1990, şi să ajute în continuare la dezvoltarea celor existente şi a celor preconizate.

Dar ajutarea mass-media independente şi a grupurilor care intenţionează să înfiinţeze ziare sau posturi noi reprezintă un risc pentru Washington. Pe de o parte, posibilitatea ca televiziunile independente să producă programe mai multe şi mai bune şi să-şi extindă aria de răspândire este o contrapondere la mass-media loiale lui Iliescu şi FSN. Posturile independente contribuie la dezvoltarea societăţii civile româneşti şi la diversificarea mijloacelor de comunicare de masă. Pe de altă parte, este aşteptată adoptarea unei noi legi pentru audio-vizual, pe care Guvernul Iliescu a depus-o la Parlament pe 15 decembrie 1990. Ea poate avea ca rezultat pierderea licenţelor provizorii deţinute de posturile

independente de radio şi televiziune. Ce se va întâmpla, în aceste condiţii, cu echipamentele donate de Statele Unite ?

Noua lege a audiovizualului reclamă înfiinţarea unei agenţii de reglementare, Consiliul Naţional al Audiovizualului (CNA), alcătuit din treisprezece membri desemnaţi : trei, numiţi de preşedintele României, de Biroul Senat şi de Biroul Camerei Deputaţilor (care să reflecte configuraţia celor două Camere ale Parlamentului) ; trei, numiţi de Guvern ; unul, numit de Academia Română. FSN controlează toate cele trei instituţii, ca şi Ministerul Comunicaţiilor. Acesta din urmă distribuie programul şi licenţele tehnice pe baza cărora se obţine autorizaţia de la CNA. Posturilor independente le este teamă că CNA, controlată de FSN, nu le va acorda licenţe de emisie decât pentru grile de program nonpolitice. În conformitate cu noul proiect de lege, posturilor care nu au autorizaţie şi licenţă de emisie li se confiscă aparatura.

Dacă noua lege nu este adoptată, majoritatea posturilor independente vor putea să-şi păstreze frecvenţele şi licenţa de emisie. Dar aceasta poate însemna şi că nici un post independent naţional de televiziune nu va primi licenţă. În prezent, Guvernul României nu aprobă nici o licenţă şi nici o frecvenţă, argumentând necesitatea adoptării noii legi a audiovizualului. Dacă legea nu va fi adoptată, dintr-un motiv sau altul, Guvernul poate continua să susţină că nu are cum să aprobe deschiderea unor posturi naţionale de televiziune, care să contrabalanseze Televiziunea Română. El poate afirma că nu poate face acest lucru cel puţin până după viitoarele alegeri prevăzute pentru 1992, păstrând în continuare controlul asupra politicii de comunicare.

De fapt, pe măsură ce se apropie alegerile din 1992, absenţa legii audiovizualului poate fi folosită de Guvern drept scuză pentru retragerea licenţelor provizorii ale posturilor independente de radio şi TV pe care le consideră o ameninţare la adresa lui. Astfel de acţiuni nu sunt fără precedent. Postul de televiziune independent din Oradea a fost închis brusc la începutul lunii aprilie 1991, din

ordinul Ministerului Comunicaţiilor. Se pare că Guvernul FSN a fost deranjat de faptul că postul a difuzat lista informatorilor Securităţii, care cuprindea şi parlamentari FSN, în prezent activi în cadrul noului Serviciu Român de Informaţii, instituţie înfiinţată anul trecut şi care înlocuieşte temuta Securitate a lui Ceauşescu.

Statele Unite trebuie să-şi exercite întreaga influenţă de care dispun pentru a determina adoptarea unei legi a audiovizualului care să permită înfiinţarea unei agenţii de reglementare cu o componenţă mult mai diversă decât se propune în actualul proiect, date fiind instituţiile (şi partidul care le domină) din care se aleg membrii. Posturile naţionale, regionale şi locale de radio şi TV trebuie să se conducă după concepţii şi principii democratice, care trebuie învăţate de români, a căror educaţie şi conştiinţă au fost sever mutilate.

Cu toate riscurile pe care le presupune un astfel de demers în acest stadiu de evoluţie a României post-revoluţionare, Washington-ul trebuie să acorde o şansă şi să asigure asistenţă materială posturilor independente, în special producţiei de televiziune şi a echipamentului tehnic. Mai mult, el ar trebui să ajute în continuare, material şi prin programe de instruire, presa scrisă, sub forma tipografiilor şi a altor utilaje de tipărit. Washington-ul ar trebui, de asemenea, să sprijine formarea unor agenţii de ştiri independente care să spargă monopolul deţinut în prezent de Rompres (fostă Agerpres), o agenţie aflată sub controlul Guvernului român, asupra ştirilor străine.

Pe total, Statele Unite ar trebui să facă tot ce le stă în putere pentru a ajuta formarea unor media independente puternice, capabile să faciliteze tranziţia României spre o democraţie reală.

Concluzie

În România începe să se formeze societatea civilă şi apar sfere publice diverse. În ciuda problemelor cu care se confruntă, presa independentă şi de opoziţie este pe cale să facă operaţionale tipografiile proprii, să-şi extindă aria de răspândire prin organizarea propriului sistem de distribuţie, să caute surse de achiziţionat hârtie, altele decât fabricile din ţară. Pentru a-şi mări credibilitatea, îşi profesionalizează echipele redacţionale cu ajutorul programelor de instruire americane, belgiene şi franceze.

Însă ea mai are un drum lung de parcurs. Atâta timp cât sistemul informaţional şi baza lui materială se află sub control guvernamental, evoluţia spre democraţie este încetinită.

Mai important, atâta timp cât persistă caracterul polemic al presei româneşti, rolul ei în remodelarea societăţii rămâne unul limitat şi limitativ. Dacă, pe măsură ce se apropie următoarele alegeri, natura acestei prese nu se schimbă, iar handicapurile de care suferă nu dispar sau nu se reduc, ea riscă să inhibe fără să vrea evoluţia politică democratică, ajutând, astfel, partidul de guvernământ.

Există speranţa ca în lupta care se duce acum în România mass-media să se profesionalizeze. În plus, există o presiune tot mai mare din partea societăţii civile aflate în formare pentru ca Guvernul să rămână deoparte de problemele presei, iar ajutorul educaţional şi material oferit presei din România de către organizaţiile străine este încurajat. Rolul direct şi indirect al mass-media în cadrul viitoarelor alegeri va arăta măsura în care lupta şi ajutorul internaţional au avut succes.

Note

1. *The Los Angeles Times*, May 22, 1990 ; *The New York Times*, May 22, 1990 ; vezi şi US Commission on Security and Cooperation in Europe, *Report on the Parliamentary and Presidential Elections in Romania*, May 30, 1990.
2. Discuţia autorului cu Stelian Tănase, pe 17 mai 1990, în redacţia revistei *22* din Bucureşti.
3. Vezi, de exemplu, Paul Lendvai, *The Bureaucracy of Truth : How Communist Governments Made the News*, Boulder, Colo. : Westview Press, 1981.
4. Ivan Volgyes, ed., *Political Socialization in Eastern Europe*, New York, Praeger Publishers, Inc., 1975, p. 23.
5. *The Washington Post*, December 29, 1989 ; vezi şi Peter Gross, „Small Signs of Great Great Changes… at Romanian TV Station”, *Columbia Journalism Review*, May/June 1990, pp. 37-39 ; şi Peter Gross, „The Small and Large Role of Mass Media in Romania's Revolution”, în cartea lui David Paletz şi Karol Jakubowics, în curs de apariţie la Norwood, N.J., Ablex Publications.
6. Vezi Gross, „Small Signs of Great Changes”, pp. 37-39.
7. Herbert Passin, „Writer and Journalist in the Transitional Society”, in Lucian W. Pye *et al.*, *Communication and Political Development*, Princeton University Press, 1972, p. 102.
8. Gross, „The Small and Large Role of Mass Media in Romania's Revolution”.
9. Ursula Ruston, „Index on Censorship”, *Briefing Paper*, nr. 354, 1990, p. 4.
10. *Ibidem*.
11. Discuţiile autorului cu editori de ziare independente şi de opoziţie din Bucureşti, Timişoara şi Braşov, în lunile mai, august şi noiembrie 1990.
12. *Ibid*. Vezi şi Ruston, „Index on Censorship”, pp. 6, 7 ; şi *Mass Media in the World Special Issue on Central and Eastern Europe*, Praga, International Journalism Institute, 1990, pp. 25-28.
13. Discuţia autorului cu Ion Raţiu, din ianuarie 1991, la Bucureşti.

14. Ruston, „Index on Censorship”, p. 1.
15. Peter Gross, „Rumaniens Massenmedien: Neue Vielzahl und ungewisse Zukunft”, in *Media Perspektiven*, martie 1991, pp. 90-95.
16. Comisia de Cultură, Artă şi Mass Media a Senatului României, intervenţia lui Răzvan Teodorescu, preşedintele Televiziunii Române, 11 aprilie, 1991.
17. Reuters, 15 aprilie, 1991.
18. Pavel Câmpeanu, „Opinia publică şi alegerile prezidenţiale”, *22*, 6 iulie, 1990, p. 2.
19. Ruston, „Index of Censorship”. Vezi şi Comitetul pentru Apărarea Jurnaliştilor, *Attack on the Press – A Worldwide Survey*, martie 1991, pp. 99-100.
20. *The San Francisco Chronicle*, 13 martie, 1991.
21. Discursul secretarului de stat James A. Baker III, ţinut la Universitatea Carol din Praga, Cehoslovacia, pe 7 februarie 1990, publicat sub titlul *From Revolution to Democracy: Central and Eastern Europe in the New Europe*, Washington DC: US Department of State, Bureau of Public Affairs, current policy nr. 1248.

Sărmanii orfani ai României : societatea civilă şi societatea informaţiei *

O lume în care „adevărul” nu înfloreşte într-un climat dialectic de cunoaştere veritabilă, ci într-un climat al influenţelor politice, este o lume a sterilităţii mentale, a dogmelor împietrite, a mentalităţilor rigide şi imposibil de schimbat, care duce inevitabil la despotism lipsit de credinţă.

(Vaclav Havel, *Living in Truth*, 1989)

După revoluţia din decembrie 1989, care a răsturnat dictatura comunistă, România a pornit pe un drum nou. Ea face această călătorie fără a avea un traseu clar, cu un ghid format la o şcoală contestată şi fără mijloacele care ar putea-o ajuta să ajungă la prea trâmbiţata destinaţie : democraţia.

Fără îndoială, din decembrie 1989 schimbările salutare care au avut loc în evoluţia ţării sunt demne de toată atenţia. Două elemente, cu precădere, care indică stadiul unei incipiente democraţii, au prins rădăcini în solul semiarid din punct de vedere socio-cultural şi politic al României : societatea civilă şi societatea informaţiei.

---

* Apărut în *Media, Culture and Society*, SAGE, London, Newbury Park and New Delhi, 1991, vol. 13, pp. 407-413.
Autorul s-a aflat în România în lunile ianuarie, mai, august şi noiembrie 1990. O versiune a acestei lucrări a fost prezentată la Cel de-al patrulea Colocviu Anual al Comunicaţiilor Est-Vest, care a avut loc la Radovljca, în Iugoslavia, în perioada 22-23 august 1990.

Societatea civilă

România a ieşit de sub despotismul lui Nicolae Ceauşescu cu societatea civilă extirpată – într-o măsură poate mai mare decât în oricare altă ţară a Europei Centrale. Toate activităţile instituţiilor României comuniste, fie ele economice, culturale, sociale sau politice, sportive sau educative au fost activităţi de stat – cu excepţia conversaţiilor „subterane”. Iar statul, în forma PCR, nu dădea nimănui socoteală de acţiunile şi deciziile sale.

În cele cinci luni dintre căderea lui Ceauşescu şi alegerile din 20 mai, s-au format o mulţime de instituţii sociale bazate pe voluntariat. Mişcarea populară unitară care a apărut independent de stat şi împotriva lui, în decembrie 1989, era alcătuită din persoane provenite din medii socio-culturale şi economice diverse, cu principii politice diferite. Pe măsura apropierii zilei alegerilor, ea a luat forma unor noi instituţii sociale, culturale, profesionale şi politice. Discursul politic a devenit mai polarizat. Cultura politică a început, încet-încet, să evolueze. În prezent, ea se confruntă cu unele dificultăţi fundamentale.

După cum arată rezultatele alegerilor din luna mai[1], orientarea majorităţii românilor este legată încă de trecutul lor comunist nu prea îndepărtat şi de cultura rurală de care aparţin 50% dintre ei. Aceştia au fost mulţumiţi să voteze pentru un partid care le promitea *linişte* în iureşul unei revoluţii şi care era format în cea mai mare parte din foşti membri ai partidului comunist.

Cu toate acestea, a existat şi un model de vot favorabil unei distribuţii mai diverse. Este ceea ce, din punct de vedere tehnic, defineşte Keane (1988 : 14) prin

> totalitatea unor instituţii ale căror membri sunt angajaţi mai ales în activităţi care nu ţin de stat – producţie economică şi culturală, viaţă de familie şi asociaţii voluntare – şi care, astfel, îşi păstrează şi îşi

transformă identitatea exercitând controlul şi diverse presiuni asupra instituţiilor statului, fenomen parţial existent în societatea românească.

Am spus parţial pentru că activităţile economice care nu ţin de stat lipsesc din educaţie, poate, cu excepţia celor existente pe piaţa neagră, prezentă şi în perioada comunistă, a deţinătorilor independenţi de taxiuri, care acum muncesc legal (dar care nu s-au organizat încă pentru a-şi apăra interesele), şi a unei minorităţi ţărăneşti care au luat terenuri în arendă pentru a le folosi în propriul profit. (Fiecare are dreptul să primească în proprietate până la 10 ha de pământ.) Să mai adăugăm pe listă şi o altă activitate, deopotrivă economică, socială, politică şi culturală : mass-media.

Absenţa unor activităţi economice care nu ţin de stat a fost evidentă la alegerile generale din luna mai. Majoritatea muncitorilor, ţăranilor, meseriaşilor, birocraţilor şi intelectualilor au votat pentru preşedintele Ion Iliescu şi FSN. Măcar parţial, ei au votat pentru FSN pentru că statul, pe care partidul ieşit învingător l-ar fi controlat, era singura entitate care domina încă instituţiile economice, în consecinţă singurul care putea garanta locurile de muncă. Nu a existat nici un alt interes economic propriu şi pe termen scurt care să fi orientat voturile spre alt partid. Pe scurt, promisiunile privind siguranţa locurilor de muncă şi a unei abundenţe de produse în magazinele alimentare au avut câştig de cauză în faţa promisiunilor de restructurare a ţării prin alte mijloace, de pildă, prin înfiinţarea unor întreprinderi private, cu o rată a şomajului (iniţial) previzibil ridicată, fără garanţia obţinerii unor cantităţi sporite de bunuri, întreprinderi care pot însă oferi libertăţi, drepturi şi responsabilităţi.

La momentul scrierii acestor rânduri, statul este extrem de puţin receptiv la societatea civilă. Continua stare de agitaţie din România reprezintă reacţia la lipsa de influenţă a societăţii civile. Mai mult, dreptul de a exista al instituţiilor care nu sunt ale statului, ca şi drepturile fiecărui cetăţean şi, în general, respectarea tuturor

drepturilor depind încă de persoane şi de partidul aflat la putere. Românii continuă să se confrunte cu situaţii în care statul le „dă” drepturi în mod selectiv.

Problema încă nerezolvată este cum poate fi instituţionalizată puterea socio-politică a mişcării populare, diversă sau fragmentată, care a acţionat la un moment dat în mod unitar şi solidar pentru un singur scop : răsturnarea dictaturii comuniste a lui Ceauşescu. Nu există o Constituţie (Parlamentul trebuia să o adopte în primăvara lui 1991) care să protejeze formal separaţia dintre stat şi societatea civilă, nici legi care să protejeze sau să garanteze activităţile din alte domenii, care nu ţin de stat.

În pofida existenţei unor noi instituţii socio-culturale şi politice româneşti, actualul climat dominat încă de comunism nu încurajează pluralitatea sferelor publice. România se găseşte încă în iureşul revoluţiei sau, poate, doar la începutul ei. Contractul social „nu este explicit (ca, de pildă, acordul de la Gdansk, din 1980), deschis şi uniform : există grupări care beneficiază de mai multe avantaje şi care pot interveni (inclusiv prin violenţă) pentru a menţine un astfel de pact” (Oprescu, 1990 : 3).

Până când acest contract social nu devine explicit şi nu garantează libertatea societăţii civile de a evolua, nu recunoaşte juridic existenţa şi nu încurajează separaţia reală dintre societatea civilă şi stat, nu poate avea loc nici o discuţie satisfăcătoare despre democratizarea societăţii. Mărirea gradului de libertare şi a egalităţii sociale, precum şi restructurarea şi democratizarea instituţiilor statului se află încă în stadiul de început.

Libertăţile sociale şi politice (ca şi instituţiile) existente imediat după revoluţie, dar care nu au încă un cadru instituţionalizat, întâmpină dificultăţi. Ele sunt hărţuite nu de litera legii, ci de absenţa ei, de presiunile şi ameninţările statului care le controlează încă, de sancţiunile violente pe care le aplică Guvernul opoziţiei (de exemplu, atacarea opoziţiei de către mineri, în 13-16 iunie 1990, la Bucureşti).

Cu toate acestea, existenţa, chiar fragilă, a societăţii civile reprezintă un posibil început pentru emanciparea României faţă de o conducere nedemocratică. Un element-cheie al societăţii civile şi al dialogului socio-politic care să contribuie la apariţia consensului naţional îl constituie mass-media independente şi pluraliste.

O societate liberă a comunicării (informaţiei ?) libere

Kolakovski (1989) sugera că însăşi funcţionarea unei societăţi este caracterizată în mod fundamental de „caracterul mecanismelor cu ajutorul cărora este prelucrată şi distribuită informaţia către societate". El ar fi putut adăuga că societatea se defineşte în mod fundamental şi prin caracterul mecanismelor cu ajutorul cărora este creată, culeasă, prelucrată şi exprimată sau transmisă informaţia.

În timpul regimului comunist, sistemul monocentric al comunicării de masă în România era conceput să sprijine exclusiv sfere publice oficiale şi să combată apariţia unor sfere publice alternative sau de opoziţie. În consecinţă, mijloacele româneşti de comunicare nu au contribuit în nici un fel nici la declanşarea revoluţiei, pe 15 decembrie, nici la continuarea ei, până pe 22 decembrie, când Ceauşescu a fugit din Bucureşti. Sub acest aspect, natura mass-media româneşti s-a schimbat.

Problemele cu care s-a confruntat România după revoluţie în formarea „unui sistem policentric al comunicării democratice pluraliste" (Jakubowicz, 1990), sau în restructurarea sistemului existent care să se potrivească unui astfel de model sunt multiple. Motivaţiile acestei situaţii sunt, în principal, autodefinirea publicului ca lipsit de puterea de a influenţa, a cere sau a dicta conţinutul mijloacelor de comunicare, mentalităţile jurnaliştilor, formate în cei 43 de ani de regim comunist, şi lipsa de experienţă a majorităţii celor care lucrează în presă şi din care 75% au început să profeseze după decembrie 1989.

De asemenea, este important şi faptul că România nu a beneficiat de o presă alternativă sau care să funcţioneze în ilegalitate şi care să exprime părerile opoziţiei din interiorul sau din afara sferelor publice oficiale (vezi Gordon Skilling, 1989 : 191-7). Această presă ar fi putut netezi drumul către tranziţia spre o alta, dacă nu mai democratică, măcar pluralistă, mai capabilă să ajute societatea în procesul ei de schimbare şi în definirea direcţiei acestei schimbări.

Mass-media care au apărut pe 22 decembrie au lărgit posibilitatea opţiunilor unui public înfometat de informaţii, dacă nu chiar pregătit să le discearnă[2]. Atât mijloacele de comunicare vechi, cât şi cele noi, ambele autoproclamate independente, s-au confruntat cu unele probleme moştenite de la trecutul lor comunist, cu o revoluţie care încă nu s-a consumat şi cu o instabilitate socio-politică de natură să frâneze ţara. Aceste probleme, deşi nu sunt exhaustive, includ :

1. lipsa de profesionalism şi perceperea de către o parte a publicului că vechii jurnalişti sunt afectaţi de colaborarea lor cu regimul Ceauşescu. Legată de aceasta este natura polemică (mai puţin jurnalistică) a mijloacelor de comunicare actuale, tendinţa lor de a se conforma vechilor concepţii ale jurnalismului şi utilizarea destul de frecventă a vocabularului rigid dobândit după 1947 ;
2. controlul de la nivel central asupra hârtiei de ziar, al tipăririi şi distribuirii presei, precum şi asupra mijloacelor de comunicare audio şi video.
3. sistemele vechi de tipărire şi echipamentul radio şi TV (controlat de stat), limitate şi ele ca număr şi capacitate ;
4. lipsa unei politici sau a unei filosofii de reglementare a mass-media, a schimbărilor sistematice, precum şi a garanţiilor legale şi constituţionale privind libertatea presei sau libertatea de a fi informat.

Dincolo de moştenirea comunistă, care influenţează puternic natura mijloacelor de comunicare actuale din România, lipsa unui sistem politic clar definit şi absenţa unei culturi politice democratice creează un vid de principii instituţionalizate/sistematizate care să reglementeze rolul socio-politic al mass-media.

Până după ianuarie 1990, mijloacele de comunicare au eşuat, într-o mare măsură, în a-şi asuma cele două funcţii pe care le-au atribuit Peterson *et al*. (1966) : (a) să servească la întărirea *status-quo*-ului (de exemplu, ca oglindă a ordinii sociale) şi/sau (b) să servească opoziţia faţă de *status-quo*. Nu existau nici o ordine socială de oglindit şi nici un *status-quo*. De fapt, nu exista nici stat, până când a reapărut, în ianuarie 1990 (când au fost prima oară chemaţi minerii la Bucureşti pentru a reprima demonstraţiile şi când s-a anunţat că FSN va candida la alegeri ca partid politic). Până în acel moment, exista doar o societate civilă „unită" pe care mass-media o oglindeau pe deplin. România rămâne o societate în tranziţie, în care sprijinul şi/sau opoziţia mijloacelor de comunicare se îndreaptă spre idei şi idealuri politice şi spre opinii despre ce fel de *status-quo* să-şi asume pentru a modela societatea.

Astăzi, România oscilează între autoritarism şi democraţie. Unitatea socio-politică de scurtă durată a societăţii civile abia născute a fost sfărâmată, iar „statul" a reapărut sub forma Frontului Salvării Naţionale, care întruchipează un partid politic, un guvern şi statul. Din momentul respectiv, începe să prindă contur *status quo*-ul şi opoziţia faţă de acesta. Mass-media din România au inclus, de atunci, atât mijloacele de comunicare independente şi de opoziţie, cât şi cele care sprijină FSN, cele controlate de diverse partide, şi cele controlate de stat.

De asemenea, ianuarie a fost şi luna în care puterea statului a început, din nou, să fie, în mod subtil sau mai puţin subtil, folosită pentru a ajuta partidul conducător, împotriva mass-media independente. Acţiunile statului au redus şi au limitat circulaţia mass-media independente nealiniate politicii FSN, eliminând unele dintre ele

sau forţându-le să practice un gen de autocenzură care le-a subminat autonomia[3]. Presiunile de acest tip din partea statului au crescut după alegeri şi după ajungerea la guvernare a FSN.

Acţiunile restrictive împotriva mass-media care nu sprijină FSN împiedică dezvoltarea şi diversificarea societăţii civile, precum şi nivelul şi ritmul democratizării culturii politice. După cum remarcă Karl Deutsch (1966 : 11) :

> O societate sau o comunitate care trebuie să se conducă singură trebuie să continue să primească un flux format din trei tipuri de informaţii : întâi, informaţii despre lumea din afară ; în al doilea rând, informaţii despre trecut, cu multe rememorări şi recombinări ; şi în al treilea rând, informaţii despre sine şi despre părţile sale componente.

În cazul României, acest lucru nu este suficient. Societate predominant rurală, care mai este împovărată şi de o versiune a ideologiei marxist-leniniste veche de peste patru decenii, societatea românească are nevoie, pentru a putea să se conducă, de asimilarea şi de utilizarea informaţiilor diverse. Aceste procese necesită o transformare generală a nivelului educaţional al românilor, a culturii lor socio-politice şi a *Weltanschauung*-ului.

Continua frământare socio-politică şi lipsa principiilor şi a idealurilor sociale şi politice universal acceptate fac ca presa să nu aibă garanţii privind libertatea şi nu o apără de restricţii sau de pericolul dispariţiei. Ea rămâne fără principii instituţionalizate după care să se conducă sau după care să-şi definească rolul (rolurile). (Parlamentul urmează să pună în discuţie Legea presei în 1991.)

Cantitatea de informaţii, diversitatea, modalităţile şi mijloacele de răspândire reprezintă cheia formării şi menţinerii societăţii civile. La rândul ei, dezvoltarea societăţii civile necesită un flux tot mai mare şi mai divers de informaţii, accesibil, în mod obişnuit, doar unei minorităţi.

Daniel Bell (1973, 1979) susţine că informaţia şi tehnologiile de informare constituie miezul societăţilor moderne, iar telecomunicaţiile

formează baza unei societăţi a informaţiei. Impactul ei socio--cultural şi politic este perceput ca fiind semnificativ, contribuind la democratizare şi la reducerea autoritarismelor socio-politice (Bates, 1984). Sinergia societăţii civile şi societatea informaţiei au puterea de a crea o societate mai democratică – deşi, în unele situaţii, poate fi posibil şi un rezultat opus.

Din păcate, societatea civilă din România, aşa cum am subliniat anterior, se restabileşte abia acum, iar societatea informaţiei (definită sub aspecte multidimensionale) este încă un ţel îndepărtat. România duce lipsă de infrastructură tehnologică, de structură economică, de relaţii sociale, de modele de organizare şi de alte componente ale organizării sociale specifice unei societăţi a informaţiei.

Cu toate acestea, nu se mai poate vorbi despre efectele unei societăţi a informaţiei, mai ales în ţările avansate ale continentului european, numai la nivelul statului-naţiune.

În timp ce societatea informaţională multidimensională încă nu există în România, iar politicile concepute vor determina dacă ea poate atinge acest nivel în viitorul apropiat, revoluţia informaţională are impact. Unii români au mijloacele de a recepţiona transmisiile prin satelit, iar alţii posedă videorecordere şi au posibilitatea de a importa, a cumpăra sau a face schimb de casete. Aceste mijloace de comunicare interpersonală şi cu lumea exterioară au oferit informaţiile care au declanşat revoluţia din decembrie. În plus, există acum un acces constant, deşi limitat, la fax-uri, computere, casete audio, cărţi şi alte publicaţii, deci posibilităţi de a comunica idei şi informaţii noi.

Concluzii

Teoretic, resurecţia societăţii civile în România este primul pas către restabilirea şi democratizarea culturii politice a naţiunii. Diversificarea mijloacelor de comunicare de masă şi dezvoltarea pluralismul lor incipient contribuie la lărgirea societăţii civile, servind ca agenţi importanţi de socializare şi educaţie. Pătrunderea tehnologiilor informaţionale şi dezvoltarea schimbului naţional şi internaţional de informaţii vor face mult mai dificilă o eventuală intenţie a statului şi a Guvernului de a da timpul înapoi.

Însă teoria nu presupune întotdeauna practica sau rezultate definitive. Politicile economice par preocupate mai mult de cum se prezintă orientarea spre vot a românilor şi cum evoluează cultura politică. Simplu spus, propriile interese economice vor accelera dezvoltarea societăţii civile, garantându-i, în acelaşi timp, şi siguranţa. Politicile economice îndreptate spre interesul propriu al alegătorului vor asigura structura, impulsul şi fondurile necesare dezvoltării tehnologice. În consecinţă, cel puţin parţial, viitorul unei societăţi a informaţiei multidimensionale pare să se ancoreze în politicile economice. Mai mult, informaţia reprezintă atât un rezultat, cât şi o cerere adresată unei societăţi a informaţiei, de care beneficiază societatea civilă, care trebuie să supravieţuiască şi să se dezvolte.

În prezent, adevărul în România înfloreşte într-un climat al mişcărilor de forţă. Este posibil a trăi în adevăr, dar acesta are încă o existenţă precară. Societăţile civile şi ale informaţiei sunt precum nişte nou-născuţi orfani care cresc singuri. Se dezvoltă, dar încă nu prosperă, pentru că încă nu le este asigurată şansa de a se maturiza.

Note

1. FSN a câştigat 86% din voturi. Participarea la vot s-a estimat la 90%. FSN a mai câştigat 65% din locurile în Parlament ; Uniunea Democrată a Maghiarilor a obţinut 12% ; 23 de procente pentru Parlament au fost împărţite de Partidul Liberal, Partidul Ţărănesc şi Mişcarea Ecologistă.
2. În decembrie 1990, existau peste 1 200 de noi publicaţii care trăiau din vânzări pe stradă şi subscripţii. Televiziunea Română oficială transmitea zece ore de emisie pe zi, faţă de două, cât avea dreptul înainte. Radiourile regionale, închise în 1980, au fost reactivate. Existau posturi independente de televiziune care emiteau în 14 oraşe.
3. Înaintea, în timpul alegerilor şi după, publicaţiile care şi-au manifestat opoziţia faţă de FSN au fost obligate să plătească în avans cheltuielile de tipărire ; au fost forţate să plătească de trei ori mai mult cantitatea de hârtie faţă de cele care erau favorabile FSN ; li s-a alocat o cantitate mai mică de hârtie şi un timp de tipărire mai redus, diminuându-se, astfel, numărul de exemplare puse în vânzare ; nu întotdeauna ziarele au ajuns la abonaţi, iar pachetele expediate cu trenul au fost găsite aruncate.

Referinţe bibliografice

Bates, B.J., 1984, *Conceptualizing the Information Society : The Search for a Definition of Social Attributes*, lucrare prezentată la International Communication Association, San Francisco, mai.

Bell, D., 1973, *The Coming of the Post-Industrial Society*. New York : Basic Books.

Bell, D., 1979, *The Social Framework of the Information Society*, pp.163-211, in M. Dertouzos & J. Moses (eds.), *The Computer Age : A Twenty-Year View*, Cambridge, MA : MIT Press.

Deutsch, K., 1966, *The Nerves of Government*, New York : Free Press.

Gordon Skilling, H., 1989, *Samizdat and an Independent Society in Central and Eastern Europe*, Columbus, OH : Ohio State University Press.

Jakubowicz, K., 1990, „Media and Culture in the Information Society”, *Gazette* 45 : 71-88.

Keane, J., 1988, *Democracy and Civil Society*, New York : Verso.

Kolakowski, L., 1989, „On Total Control and Its Contradictions – The Power of Information”, *Encounter* 2 : 65-71.

Masuda, Y., 1981, *The Information Society as Post-Industrial Society*, Bethesda. MD : World Future Society.

Oprescu, D., 1990, „Societate civilă şi contract social”, *22* (22 iunie).

Peterson, T. *et al.*, 1966, *The Mass Media and Modern Society*, NewYork : Holt, Rinehart & Winston.

România *

Mai mult ca orice altceva, mijloacele de comunicare de masă determină imediat sau pe termen lung efectele anumitor evenimente politice, sociale şi culturale, ale anumitor instituţii, ideologii şi societăţi (Hachten, 1981 ; Mowlana & Wilson, 1987).

În Europa Centrală şi de Est, mass-media naţionale şi internaţionale au oferit informaţii şi posibilităţi de comunicarea care au alimentat şi au facilitat mişcarea populară ai cărei indivizi tânjeau după schimbare (Jakubowicz, 1989a, 1989b ; Szefkii, 1989). Procesul de schimbare – revoluţiile – s-a petrecut relativ paşnic în Polonia, Ungaria, Cehoslovacia şi Germania de Est, nu şi în România.

În România, revoluţia încă în desfăşurare a început cu un incident : lupta sângeroasă dintre cei care doreau o revoluţie şi cei care încercau să apere *status quo*-ul. Totul a început în 15-17 decembrie, la Timişoara, şi s-a sfârşit către Anului Nou. Rezultatele au fost răsturnarea violentă a regimului comunist al lui Nicolae Ceauşescu şi începerea procesului revoluţionar care poate culmina, cândva, în viitor, cu o reală societate democratică. Care a fost rolul mass-media din România în primul an al revoluţiei, decembrie 1989-decembrie 1990 ?

Luăm în considerare aici trei tipuri de mijloace de comunicare de masă :

1. Mass-media comuniste româneşti
2. Mass-media străine
3. Mass-media româneşti noi, apărute după 22 decembrie

---

* Apărut în D. Paletz, K. Jakubovicz, P. Novosel (ed.), *Glasnost and After. Media and Change in Central and Eastern Europe*, Hampton Press Inc., New Jersey, 1995.

Fiecare şi-a jucat propriul rol şi a avut impact asupra publicului său atât înainte, în timpul, cât şi după evenimentele din decembrie 1989 sau în toate cele trei faze.

Mass-media comuniste din România

Controlul total exercitat de Partidul Comunist Român, cu precădere de către Ceauşescu şi soţia sa, a devenit evident pe la mijlocul anilor ’70 şi a atins proporţii patologice în următoarea decadă (Gross, 1989, 1990a ; Lendvai, 1981 ; Manea, 1985, 1986). El a avut şase consecinţe majore, legate una de alta. În acest capitol ne vom ocupa de fiecare în parte.

Aspectul mass-media româneşti s-a caracterizat prin mesaje mobilizatoare anoste şi de îndoctrinare, care întreţineau cultul personalităţii, dar erau precare din punct de vedere cultural şi lipsite de autenticitate în ceea ce priveşte programele (Gabanyi, 1978 ; Gross, 1989 ; Hazan, 1985 ; Lendvai, 1981 ; Volgyes, 1975). Liberalizarea sumară a societăţii româneşti şi a mijloacelor ei de comunicare (Fein & Bonnell, 1965 ; Gaspard, 1965), începută în prima parte a anilor ’60, a luat sfârşit atunci când Ceauşescu şi-a consolidat puterea, în anii ’70. Mass-media au intrat din ce în ce mai mult sub controlul lui Ceauşescu, devenind mai puţin informative, mai mult formative în intenţie şi ideologice prin natură decât în perioada 1947-1965. Teoria marxist-leninistă a presei, deja limitativă, care le fundamenta existenţa şi funcţiile, a devenit mai doctrinară (Gross, 1989, 1990a ; Leonhardt, 1974 ; Volgyes, 1975) şi mai defensivă pe măsura introducerii *glasnost*-ului, la mijlocul anilor ’80 (Banta, 1988 ; Echikson, 1989 ; Reichman, 1988 ; Shafir, 1983 ; Tagliabue, 1987 ; Willey & Nagorski, 1987). În plus, ea a devenit mult mai linguşitoare la adresa familiei Ceauşescu.

Cercetarea întreprinsă de Câmpeanu în anii ’70 arată o mare diferenţă între românii de la ţară şi cei de la oraş în folosirea

mass-media : televiziunea a devenit cel mai convingător mijloc în zonele urbane, în vreme ce ziarele şi revistele au rămas principalul mijloc de comunicare în cele rurale (Nelson, 1981). Cu toate acestea, pe ansamblu, presa scrisă a ajuns în mai multe case decât radioul sau televiziunea. Către sfârşitul anilor ’70, românii au început să descopere că atât presa scrisă, cât şi noile mijloace audiovizuale erau irelevante pentru nevoia lor de informare (Nelson, 1981, 1988 ; Paulu, 1974). Nelson (1988, p. 30) a observat că „preferinţele cetăţenilor pentru mijloacele audiovizuale au plasat emisiunile economice, patriotice şi politice pe un jenant loc inferior – mai puţin importante decât oricare alte programe muzicale sau de divertisment, sportive, teatrale sau culturale, chiar şi sub buletinele meteorologice”.

În general, Volgyes (1975, p. 20) a observat, spre mijlocul anilor ’70, că „cei mai mulţi oameni din Europa de Est comunistă preferă să privească la televizor de dragul divertismentului ; puţini recunosc în mesajele transmise altceva decât propagandă, iar cei mai mulţi dintre ei, propagandă stupidă”.

În ceea ce priveşte presa scrisă, numărul cititorilor este mare, în ciuda unei uşoare descreşteri a numărului de publicaţii citite, de la 168 de exemplare la 1 000 de persoane în 1970, la 159 de exemplare la 1 000 de persoane în 1986 (Unesco, 1989). Acest fenomen este posibil să se fi produs mai ales pentru că oamenii au învăţat să citească printre rânduri. În plus, ca în oricare altă ţară comunistă a Europei Centrale şi de Est, „frica de a nu fi «testaţi» de către liderii locali ai partidului în legătură cu evenimentele petrecute” îi îndemna pe oameni să fie consumatori constanţi de presă scrisă (Volgyes, 1975, p. 23).

Informaţia transmisă de cele câteva posturi de radio şi prin programele de televiziune şi ziare era din ce în ce mai puţină (Paulu, 1974 ; Short, 1986 ; Quester, 1990). Când, în 1959, Televiziunea Română a inaugurat Programul I, ea transmitea aproximativ 81 de ore pe săptămână. Spre sfârşitul anilor ’80, a ajuns să

transmită în jur de 14-30 de ore săptămânal. Emisiunile erau dedicate aproape în exclusivitate mesajelor politice, ştirilor despre familia Ceauşescu şi conţineau foarte puţin divertisment (Paulu, 1974 ; Short, 1986 ; Quester, 1990).

Nici situaţia radioului nu era mai bună. În anul 1985, au fost închise cinci studiouri regionale. Numărul cotidianelor a scăzut de la 55, în 1970, la 36, în 1986 (Organizaţia Internaţională a Jurnaliştilor, 1976 ; UNESCO, 1989).

S-a înregistrat absenţa notabilă a unui răspuns din partea sau prin mijloacele de comunicare de masă româneşti la pătrunderea din ce în ce mai masivă pe piaţă, în anii '80, a presei străine (Hickey, 1987a ; Merill, 1983 ; Quester, 1990). Statul comunist părea incapabil sau lipsit de voinţa de a da unul. Bruierea posturilor de radio străine încetase din 1963 (Paulu, 1974, p. 217), iar achiziţionarea videocasetofoanelor, minoră dar semnificativă, precum şi a antenelor de satelit capabile să prindă semnalele audio-video străine nu a putut fi oprită (Gross, 1990c ; Quester, 1990, p. 167).

În ceea ce priveşte ştirile transmise prin canale audio-video sau tipărite, ele erau, aşa cum am menţionat deja, relevante la nivel politic şi ideologic. Aceloraşi evenimente transmise de mass-media străine publicului din România li se acorda o atenţie minoră. Cu toate acestea, mass-media din România şi-au pierdut cea mai mare parte din credibilitate (Merrill, 1983, p. 86).

Absenţa unor mass-media alternative sau de opoziţie era aproape totală (Curry, 1983 ; Skilling, 1989) datorită ochilor vigilenţi şi urechilor Securităţii. Ea a reuşit să împiedice apariţia şi răspândirea unor mijloace de comunicare de masă alternative sau de opoziţie. Cele câteva tentative întreprinse de unele persoane[1] de a publica materiale critice la adresa dictaturii comuniste şi a dictatorului, în anii '80, au fost repede înăbuşite. Publicaţiile româneşti ilegale au avut o viaţă scurtă, de numai câteva numere. Cele ale minorităţii maghiare din România au fost mult mai rezistente, supravieţuind timp de trei ani (Skilling, 1989, pp. 193-195).

S-a încercat prin toate mijloacele împiedicarea apariţiei presei clandestine, mergându-se până la cele mai meschine interdicţii. De exemplu, din 1977 până în decembrie 1989, a fost interzisă deţinerea de către cetăţeni a maşinilor de scris, acest lucru fiind permis doar cu aprobarea scrisă a autorităţilor. Răspândirea noilor tehnologii[2] care ofereau posibilitatea informării clandestine a suferit acelaşi tratament, însă în acest caz fără succes (Quester, 1990, p. 143). Casetele audio şi video înregistrate de disidenţi au pătruns din Ungaria, Iugoslavia şi Germania de Vest, mai ales în anul 1989.

Deşi a fost împiedicată apariţia unei prese alternative sau de opoziţie care să spună adevărul, românii s-au descurcat în a-şi procura aparate care să primească şi să distribuie semnale prin televiziunea prin satelit din vestul, estul şi centrul Europei. Ca urmare, România deţinea aproximativ 300-500 de antene parabolice, iar videocasetofoanele existente au făcut posibilă distribuirea programelor străine înregistrate pe casete (Gross, 1990c)[3].

Ceauşescu şi regimul său comunist au cerut ca mass-media să aibă exclusiv menirea de a face educaţie ideologică, să practice îndoctrinarea, să mobilizeze populaţia şi să sprijine cultul personalităţii. În consecinţă, ele s-au transformat în canale de comunicare narcotizante, puţine la număr şi limitate ca timp de emisie, care operau pe baza unei teorii a presei doctrinare sovietice. În final, au eşuat în a îndeplini chiar rolurile constrângătoare care le erau atribuite în societatea marxist-leninistă. Cu credibilitatea pierdută şi cu rolul limitat, nu au mai putut umple golul creat între ele şi public. La final, nu şi-au mai servit nici publicul, nici pe cei care le manipulau ; nu au mai oglindit nici societatea românească, dar nici nu au transformat-o conform intenţiilor manipulatorilor (Gilberg, 1981).

Mass-media existente înainte de 22 decembrie 1989 în România nu mai puteau contribui la apărarea *status quo*-ului.

Absenţa unui spaţiu de manevră, controalele stricte şi deteriorarea profesionalismului nu le-au permis să contribuie la procesul

de schimbare. *Glasnost*-ul nu a afectat mass-media din România ; mai mult, el a fost respins de către Ceauşescu în termeni lipsiţi de echivoc (Banta, 1988 ; Willey & Nagorski, 1987).

A existat o singură contribuţie notabilă a mass-media comuniste româneşti în perioada revoluţiei. Pe 21 decembrie 1989, Televiziunea Română a transmis ultimul discurs al lui Ceauşescu, în timpul căruia a fost huiduit şi obligat să fugă. Transmisiunea în direct a fost întreruptă la un moment dat, dar a fost prins momentul în care dictatorul făcea ultima încercare de a vorbi. Oamenii care urmăreau scena în faţa televizoarelor au putut vedea eliberarea de dictatură prezentată de încă cenzurata şi controlata Televiziune Română. Au ieşit în stradă, mărind numărul celor aflaţi deja acolo. Avea să fie ultima apariţie în public a lui Ceauşescu şi penultima zi de transmisie a Televiziunii Române comuniste (Binder, 1989).

Singura şi cea mai mare contribuţie a mass-media din România la evenimentele şi atmosfera care au condus la revolta din decembrie a fost că au transmis mass-media străine ştiri despre majoritatea celor care au pus-o la cale şi au participat la ea. Presa străină a avut un rol major de-a lungul timpului şi în decembrie 1989 în a ajuta începuturile revoluţiei.

Jakubowicz (1989a), atunci când vorbeşte despre Polonia, se poate să aibă în vedere şi România lui Ceauşescu, când afirmă că nemulţumirea, sentimentul de nedreptate şi de discriminare, alături de lipsa libertăţii de exprimare şi a presei

> au ca efect radicalizarea şi politizarea grupurilor şi indivizilor. Aceste fenomene îi determină fie să se exprime în virtutea propriului drept la opinie, să înfiinţeze mijloace de comunicare cât mai autonome, fie să caute informaţii în mijloacele de comunicare care dau expresie propriilor idei şi experienţe (p. 197-198).

Lipsindu-le mijloacele şi libertatea de a se exprima, românii au devenit „căutători de informaţii”. În cazul României, nevoia de informaţie a fost fundamentală şi mai complexă în orientare decât

dorinţa de a avea mijloace de comunicare care să dea expresie ideilor şi experienţelor lor. Şi acest fapt era, de asemenea, important. Dar românii atinseseră un punct, către sfârşitul anilor ’80, în care nevoia de orice fel de informaţie, alta decât cea furnizată de mass-media controlate şi care controlau România, a devenit importantă pentru supravieţuirea lor psihologică şi emoţională.

Mass-media străine

Satul Global proiectat de Marshall McLuhan încă nu s-a materializat, însă tehnologia modernă a făcut să crească numărul de informaţii distribuite la nivel global, viteza cu care acestea sunt culese şi diseminate, precum şi posibilitatea ca ele să ajungă în cele mai izolate colţuri ale lumii (Hachten, 1981). În acest sens, România s-a dovedit a fi un caz particular.

Referitor la acoperirea globală, posturile de radio străine ascultate în România au înregistrat cea mai mare audienţă. Într-un sondaj efectuat între 1971-1972, emisiunile în limba română ale Radio Europa Liberă (REL) erau ascultate de 59% dintre români, 22% ascultau BBC, 18% Vocea Americii (VOA), iar 14% Radio Paris (Paulu, 1974, p. 429). Între 1982-1983, audienţa pentru REL a crescut la 64% (McIntosh, 1986), iar pentru VOA, la 20 de procente (Mainland, 1986). Românii monitorizau, de asemenea, emisiunile posturilor de radio din Germania, Italia, Iugoslavia, Ungaria, Bulgaria şi URSS, deşi nu există date care să indice gradul de audienţă. Aceste posturi au ajutat la „formarea unei idei despre revoluţie în rândul unor oameni care nu îndrăzneau nici măcar să vorbească unul cu celălalt” (Harden, 1989).

Descriind modul în care posturile străine au contribuit la răsturnarea regimului comunist, Harden (1989, p. A1) subliniază că „Tăcerea vizibilă a României, mai ales pe parcursul ultimului an, nu era liniştea lipsită de speranţă şi plină de durere. Mai degrabă, era încremenirea unui popor atent”.

Rezultate egale, dacă nu chiar mai bune, au obţinut televiziunile străine în rândul publicului de la oraşe, care a menţinut un ritm ascendent al audienţei, comparabil cu al telespectatorilor occidentali[4]. Acest public a contribuit într-o mare măsură la producerea revoluţiei. Se poate trage concluzia că datorită mass-media lui Ceauşescu şi a politicii acestuia, către sfârşitul anilor ’80, locuitorii oraşelor urmăreau unul sau mai multe programe de televiziune ale posturilor din Europa Centrală şi de Est.

Televiziunea occidentală a pătruns în România şi a câştigat audienţă prin Sky News, CNN, posturile austriece – mai ales în rândul celor care au reuşit să-şi procure antene de satelit (Gross, 1990c). Publicul a început să urmărească din ce în ce mai mult emisiunile posturilor din ţările învecinate. În funcţie de localizarea geografică în interiorul ţării, oamenii urmăreau mai des, în anii ’70, programele televiziunilor din Rusia, Bulgaria, Ungaria şi Iugoslavia (Gross, 1990c ; Kifner, 1989)[5].

În regiunile de nord-vest şi cele de sud-vest ale României, publicul urmărea posturile de televiziune din Ungaria şi Iugoslavia, mai puţin pe cele din Cehoslovacia. Televiziunea bulgară era receptată mai mult în zona de sud-est şi în Bucureşti. În partea de est a României, care are graniţă cu Republica Sovietică Moldova, ai cărei locuitori sunt majoritar români, erau urmărite programele televiziunii sovietice. S-a înregistrat astfel o schimbare, în perioada 1960-1970, când publicul din această regiune urmărea transmisiile posturilor româneşti mai liberale. Quester (1990, p. 131) a scris că :

> Totuşi, la sfârşitul anilor ’80, s-a putut înregistra o schimbare ciudată în această zonă ; telespectatorii din România aflată sub dictatura lui Ceauşescu puteau privi la televiziunea sovietică ce transmitea emisiuni în propria lor limbă şi vedeau emisiuni de ştiri mai libere şi mai bogate în informaţii. Aceste ştiri au jucat un rol foarte important în căderea violentă a dictatorului.

România continuă să dezbată dacă televiziunile sovietică, bulgară sau iugoslavă au avut un rol „major” în revoluţie. O discuţie

şi mai aprinsă se poartă în legătură cu televiziunea din Ungaria, dacă într-adevăr ea a contribuit la izbucnirea, în 15-16 decembrie, la Timişoara, a revoluţiei (Kovács & Tölgyesi, 1991). În 1989, Televiziunea ungară a transmis ştiri despre situaţia din România. În luna decembrie, ea a difuzat un interviu filmat şi înregistrat clandestin, cu reverendul Laszlo Tökes, un preot ungur care se afla în domiciliu forţat la Timişoara pentru activităţile sale disidente şi care i-a alertat pe telespectatori în legătură cu iminenta sa arestare de către Securitate[6]. Acest fapt a scos în stradă mii de cetăţeni din Timişoara şi din localităţile învecinate, care i-au venit în ajutor în noaptea de 15 spre 16 decembrie. Manifestaţia s-a transformat, ulterior, într-o revoltă naţională împotriva regimului Ceauşescu (Bohlen, 1989a, 1989b ; Milin, 1990).

Este unul din rarele cazuri în care mass-media au o relaţie directă de tip cauză-efect cu un eveniment care produce schimbări radicale în interiorul unei naţiuni. Primele care i-au informat pe cetăţenii României despre reprimarea violentă a revoltei din Timişoara au fost mass-media străine (BBC şi Radio Europa Liberă), începând cu 17 decembrie (Rateş, 1991, p. 35). Aceeaşi importanţă au avut-o posturile străine, de-a lungul vremii, şi în ceea ce priveşte impactul cumulat socio-politic, cultural şi psihologic (Viviano, 1991a, 1991b). Acest impact s-a dezvoltat în mod semnificativ pe măsura înrăutăţirii situaţiei socio-politice, economice şi culturale a ţării şi o dată cu pierderea completă a legitimităţii regimului comunist.

Mass-media străine, cu precădere cele audiovizuale, au fost receptate în grade diferite şi din raţiuni diferite mai ales de către publicul educat din oraşele româneşti, în perioada celor 42 de ani de regim comunist :

1. În primii 18 ani după ce comuniştii au ajuns la putere, mass-media străine au continuat să aibă publicul lor datorită, pe de o parte, obişnuinţei dobândite înainte de 1947 şi, pe de altă parte, datorită calităţii îndoielnice a presei comuniste şi în semn de protest faţă de regimul comunist.

2. După 1965, mass-media româneşti au devenit ceva mai deschise şi mai diversificate, în pofida controlului suportat din partea Guvernului/statului/partidului, iar mijloacele de comunicare străine au devenit ceva mai accesibile publicului. Mulţi români urmăreau presa străină întrucât era de mai bună calitate, iar autorităţile păreau mai puţin preocupate de accesul publicului la ea. Situaţia din România dădea semne de îmbunătăţire în a doua jumătate a anilor ’60 şi în prima parte a anilor ’70, mass-media străine înregistrând o scădere a audienţei în rândul publicului (Fischer – Galaţi, 1970 ; Shafir, 1985).
3. Din 1975 până în decembrie 1989, perioada în care accesul la mass-media străine a fost interzis oficial, iar prăpastia dintre publicul român şi presa autohtonă era de netrecut, urmărirea emisiunilor televiziunilor din ţările vecine, ascultarea posturilor străine de radio şi circulaţia clandestină a casetelor audio şi video din şi în Ungaria, Iugoslavia, Austria, Italia şi Germania au devenit şi mai frecvente[7].

În ultima perioadă de dinaintea revoluţiei, mulţi orăşeni au învăţat limbi străine, putând astfel beneficia de emisiunile transmise din alte ţări. Această adaptabilitate a unei părţi semnificative a publicului românesc indica respingerea în totalitate a informaţiilor provenind din zona stat/guvern/partid, a izolării şi comunicării unidimensionale. Ea ilustrează, de asemenea, nevoia acută de informare care, chiar dacă era bruiată, reprezenta altceva decât mass-media autohtone[8].

Românii îşi desfăşurau activitatea în România, dar o parte a vieţii lor intime era trăită, la modul figurat, în afara graniţelor ţării, de unde captau informaţii. Ei şi-au însuşit *glasnost*-ul interzis de regim şi s-au conectat la lumea înconjurătoare.

Nu există date care să indice numărul românilor care urmăreau posturi de televiziune străine, doar cifre neoficiale provenind din cercetări de informare, discuţii cu oameni din oraşe diferite şi estimări

ale jurnaliştilor, universitarilor sau funcţionarilor guvernamentali români[9]. Aceste date, precum şi beneficiile şi efectele pe care le-au avut posturile străine asupra publicului rămân să fie determinate prin intermediul unei cercetări sistematice bine coordonate.

Dovezile existente arată că emisiunile străine de ştiri au diseminat nu numai informaţii, ci au avut şi rolul de agenţi de socializare, asemănător cu cel al programelor de divertisment. Ele au jucat atât un rol informativ, cât şi socializator întrucât, aşa cum sugerează Dahlgren (1981, pp. 102-103), ştirile „au proprietatea de a crea semnificaţii independente de evenimentele specifice la care se referă".

Judecând după religiozitatea cu care aceste posturi străine erau monitorizate de români (din oraşe), ele au avut o semnificaţie importantă ce a trecut dincolo de simpla informaţie pe care o purtau. Se poate presupune că această semnificaţie era mult dependentă de, sau înrădăcinată în circumstanţele socio-politice, economice şi istorice în care a fost consumată şi în acele circumstanţe necunoscute, străine, diferite, în care a fost produsă. Ea a oferit sprijin emoţional şi psihologic ; le-a dat speranţă.

Programele româneşti de ştiri n-au reuşit să facă din partidul şi statul conducător agenţi ai „socializării continue a conştiinţei telespectatorului", având, totuşi, neintenţionat, succes în socializarea conştiinţei telespectatorului separat de statul, Guvernul, regimul său, filosofia/ideologia acestuia şi politica sa. Astfel, ele nu au servit ca „funcţie integrativă" (Dahlgren, 1981, p. A24). În schimb, transmisiunile străine, cu legitimitatea lor şi cu marea lor credibilitate în ochii audienţei române, au socializat conştiinţa telespectatorilor, dar au avut şi funcţia de dezintegratori adiţionali. Cu alte cuvinte, în conjuncţie cu deteriorarea situaţiei sociale şi economice şi represiunea politică, ele au contribuit la concretizarea şi lărgirea relaţiei negative dintre cetăţeni şi regim şi la dezintegrarea finală a acestei relaţii.

Programele străine de ştiri au oferit audienţei române sfera publică alternativă, care în Ungaria şi Polonia a fost constituită

de mass-media indigene alternative şi de opoziţie. Ele au oferit informaţii despre toate aspectele lumii în schimbare de dincolo de graniţele României, cele mai importante fiind cele din 1985 în Uniunea Sovietică şi celelalte naţiuni est şi central europene. Ele au semnalat că schimbarea a fost permisă şi că ea are loc rapid în aceste ţări ; că schimbarea a fost posibilă şi a fost cerută cu succes de polonezi, unguri, germanii democraţi şi chiar sovietici.

Aceste mass-media au relatat de asemenea reacţia Vestului la schimbările din Europa Centrală şi de Est şi din fosta Uniune Sovietică şi schimbarea relaţiilor celei din urmă cu Statele Unite şi cu alte puteri occidentale (Harden, 1989). Aceste mesaje au sporit şi au grăbit o reajustare psihologică deja începută, câştigând încet avânt printre români, în 1989 : mulţi şi-au pierdut frica de regim şi organele sale de securitate şi chiar îşi doreau să înfrunte gloanţe şi tancuri pe străzile oraşelor lor pentru a răsturna regimul. În plus, ele au întărit în mintea audienţei ilegitimitatea regimului român şi a societăţii care l-a creat, oferind imagini alternative acceptate ca legitime şi, astfel, credibile. Au dovedit că important pentru audienţă nu este doar „ce” este transmis, ci, în unele cazuri chiar mai important, „cine” sunt comunicatorii.

Într-un mod mai puţin extins, dar important, transmisiunile străine au „aprovizionat” românii cu informaţii despre întâmplări din România, despre activitatea şi cuvintele disidenţilor români locuind în alte ţări şi în România, despre opoziţia izolată la regim şi despre conducerea regimului lui Ceauşescu înăuntrul şi în afara României. Astfel, zvonuri despre evenimentele din România, evenimente care nu au fost prezentate de mass-media naţionale, au fost înlocuite de ştiri credibile despre ce se întâmpla în ţară. Ele au întărit perspectiva românilor către o viaţă mai bună şi mai liberă înăuntrul graniţelor şi au oferit un impuls suplimentar ce i-a împins, dincolo de frică, într-o stare de lipsă de teamă. În plus, aşa cum am menţionat deja, transmisiunile ungare au ajutat la crearea unui eveniment care a aprins scânteia revoltei. Harden (1989) relata că :

> Românii spun că ascultând transmisiunile posturilor de radio au aflat despre acţiunile disidente ale Doinei Cornea şi despre cei şase foşti membri ai partidului care au fost pedepsiţi pentru scrisoarea lor deschisă prin care cereau o schimbare politică. Românii au urmărit de asemenea evenimentele din ţările Europei de Est, în care vechile guverne comuniste au căzut înainte de votul alegătorilor şi al demonstranţilor (p. A24).

Într-un sens mai larg, mass-media străine, care au devenit singura alternativă pentru căutătorii români de informaţie, au satisfăcut nevoi mai complexe ale acestor audienţe prin oferirea unei ferestre spre lumea din afară, care le-a justificat bătălia şi suferinţa tăcută. Semnalele ce au ajuns la români prin această fereastră le-au indicat faptul că ei aparţineau încă rasei umane, că schimbarea era posibilă şi că nu erau chiriaşii uitaţi şi abandonaţi ai unui azil de nebuni neglijat de lume.

Programele de divertisment au constituit o parte a acestei ferestre spre lume şi le-au furnizat românilor şi un alt agent străin de socializare şi informare. O întreagă generaţie de români a fost socializată activ de programele străine de divertisment, pe lângă circumstanţele în care a crescut, agenţii lor de socializare indigeni acţionând fără succes. Aceste programe au oferit licărirea unei lumi în schimbare : progrese în tehnologie, culturi diferite şi schimbătoare, moduri de viaţă, filosofii, muzică ş.a.m.d. Şi acestea i-au distrat pur şi simplu, purtându-i zilnic într-o altă lume, fericită sau tristă, amuzantă sau serioasă, departe de propriile vieţi. Efectele „imperialismului cultural" căutat, invidiat, rămân să fie determinate. Cât de mult din cultura română lipseşte din conştiinţa generaţiei mai tinere, dată fiind expunerea ei copleşitoare la mesajele culturale non-româneşti ? Întrebarea este importantă mai ales având în vedere contextul mediului cultural general al generaţiei, în care cultura română autentică lipsea pe scară largă, distrusă de politica socio-culturală şi economică a regimului comunist.

După 22 decembrie, când mass-media române şi-au aruncat lanţurile, au scăpat de conducătorul unic şi au devenit relativ libere,

programele străine de ştiri erau căutate încă de români, dar au devenit secundare ca importanţă. Ele sunt încă monitorizate fiindcă sunt disponibile gratuit, oferă un punct de referinţă pentru acurateţea şi completeţea jurnalismului românesc şi furnizează audienţelor mai multe informaţii şi ştiri decât sunt capabile mass--media româneşti să ofere. Mass-media străine continuă de asemenea să fie vizionate pentru programele lor de divertisment, deşi mai puţin acum decât înainte de 22 decembrie.

Presa străină tipărită n-a jucat practic nici un rol în România. Ea pătrundea rareori în interiorul graniţelor, iar astăzi românii nu şi-o pot permite, timpul alocat lecturii fiind direcţionat spre presa indigenă.

Mass-media româneşti post-decembriste

Situaţia României în timpul primului an de după 22 decembrie 1989 poate fi caracterizată cel mai bine ca o societate în căutarea propriilor mass-media şi ca mass-media în căutarea unei societăţi.

În seara zilei de 22 decembrie, Televiziunea Română, radioul şi ziarele au prezentat audienţelor lor primele produse mass-media necenzurate, nonconformiste. În următoarele două săptămâni, mass-media s-au ocupat în special de luptele continue ale armatei şi civililor împotriva forţelor Securităţii, de noile hotărâri şi de Frontul Salvării Naţionale, care şi-a asumat conducerea ţării. Românii au privit, ascultat şi citit încontinuu despre desfăşurarea revoltei care semnala începutul revoluţiei (Binder, 1989 ; „New Candor in the Coverage”, 1989). Un reporter al *New York Times* (Kifner, 1989) scria despre Televiziunea Română :

> Într-un fel era ca şi cum ai privi transmiterea în direct a asaltului Bastiliei sau bătălia pentru Yorktown, amestecate cu dezbateri ale Congresului Constituţional. Dar, în acest caz, centrul violenţelor era însuşi studioul televiziunii. Se părea că puterea de stat era redusă la capacitatea de a transmite ce se întâmpla în afara uşii studioului (p. A12).

Dacă intervenţia americană din Vietnam a fost primul război al televiziunii mondiale, evenimentele din România din decembrie 1989 au constituit prima revoluţie a televiziunii (Amelunxen & Ujica, 1990). Rateş argumentează că, din momentul în care Televiziunea Română Liberă a început să emită pe 22 decembrie, „Revolta în sine, în toate privinţele, s-a terminat” (Rateş, 1991, p. 47). Deşi el este corect în punerea semnului de egalitate între sfârşitul revoltei şi fuga lui Ceauşescu din Bucureşti (22 decembrie), revoluţia (de exemplu lupta pentru putere, schimbare şi sfârşitul comunismului) a continuat şi a fost viu prezentată de Televiziunea Română în săptămânile următoare, aşa cum chiar Rateş descrie în cartea sa.

Focarul luptei, studiourile televiziunii din Bucureşti, a indicat clar importanţa mass-media în schimbarea socio- şi psiho-politică, în controlarea şi înfiinţarea unei noi societăţi (Alter, 1990 ; Rateş, 1991). Mass-media au rămas centrul luptelor politice cât România şi-a trăit primul an post-Ceauşescu (Gross, 1991a ; Gross, 1991b ; Rateş, 1991 ; Ruston, 1990).

În primele câteva săptămâni de după 22 decembrie, noile mass-media s-au focalizat pe reminiscenţele revoluţiei, pe brutalitatea şi excesele comuniste din ultimii 42 de ani, pe sprijinul străin pentru revoluţie şi pe problemele economice pe care le întâmpina naţiunea (Binder, 1989 ; „Excerps from”, 1989 ; „New Candor in the Coverage”, 1989)[10]. Televiziunea, în special, i-a făcut încrezători pe cei încă nesiguri de faptul că regimul urât de ei se sfârşise. Imaginile transmise de aceasta de la procesul şi execuţia lui Ceauşescu şi înfiinţarea unui Guvern nou au fost dovezi pozitive că schimbarea s-a petrecut, în sfârşit. În definitiv, aşa cum scria Alter (1990, p. 12) : „Tristul adevăr al erei TV este că dacă nu există imagine, nu s-a întâmplat nimic în realitate”.

A fost o perioadă în care instituţiile mass-media apărute ca ciupercile (Dennis & Vanden Heuvel, 1990 ; Gross, 1991c), în special în presa tipărită, au fost folosite ca suport pentru transmiterea unor informaţii şi a multor opinii şi polemici (Gross, 1991a,

1991b). Pentru prima oară de la ocupaţia fascistă din anii ’30, românii au devenit comunicatori pentru ei înşişi, mulţi pentru prima dată în viaţa lor :

1. Contribuţii ale indivizilor din toate domeniile vieţii au fost incluse în ziare.
2. Mass-media tipărite şi audiovizuale au intervievat la întâmplare oameni care, până în decembrie 1989, au fost membri ai „majorităţii tăcute”. Pentru prima dată ei şi-au făcut cunoscute liber punctele lor de vedere şi experienţele pentru audienţa din întreaga ţară.
3. Toate tipurile de indivizi şi grupuri au avut dreptul să-şi ofere amintirile evenimentelor-cheie din timpul revoltei, să descrie şi să recruteze membri pentru partide politice nou organizate şi să dezbată viitorul ţării.

Televiziunea Română Liberă (numită astfel pe 22 decembrie pentru următoarele patru luni) a fost, în aceste prime câteva săptămâni ale revoluţiei, un veritabil experiment în televiziunea comunităţii. În această scurtă perioadă, mass-media româneşti au fost un informator şi de asemenea un suport (atât pentru producători/comunicatori, cât şi pentru consumatori/receptori) pentru *catharsis*-ul individual şi colectiv/naţional. Ele au fost ecoul unei anumite unităţi a tuturor românilor şi, deşi politizate, făceau doar puţină campanie politică (Gross, 1991a, 1991b).

Mass-media române noi, diversificate, de la simpla existenţă şi în cursul restructurării lor, au început procesul de a învăţa oamenii să participe la toate nivelurile schimbării naţiunii. Ele au făcut acest lucru, aşa cum a observat Lerner (1963, p. 342) în lucrarea sa despre modernizare şi mass-media, „descriind pentru ei situaţii noi şi ciudate şi prin familiarizarea lor cu o arie de opţiuni din care să poată alege”.

Noi idei şi noi tipuri de informaţii au fost distribuite românilor de propriile mass-media, stimulând oamenii să se comporte diferit.

Astfel, mass-media au jucat un anume rol în emergenţa societăţii civile şi a partidelor politice : un rol incipient de socializare, deoarece ele au început să recruteze participanţi noi la viaţa socială, politică, economică şi culturală.

La sfârşitul lui ianuarie 1990, când naţiunea se apropia de alegerile din mai, dată fiind reapariţia societăţii civile şi a noilor partide politice, liniile de luptă socio-politică şi etnică au fost trasate şi mass-media, noi şi în dezvoltare, au devenit polarizate. Din acest moment, mass-media, care nu aveau nici un *status-quo* de apărat sau de contestat, au început să se opună sau să apere direcţia Guvernului interimar şi, asemenea societăţii române, au pornit făurirea unui nou *status-quo* (Gross, 1991a, 1991b).

Mass-media independente sprijinind sau opunându-se Guvernului Frontului Salvării Naţionale, mass-media de opoziţie înfiinţate de partidele politice şi grupurile civice şi mass-media controlate de Guvern au fost oferite unui public flămând de informaţie. Ele au concurat pentru resursele sărace şi banii de cheltuială limitaţi discreţionar (Gross, 1991b, 1991c). Multele probleme ale noilor mass-media româneşti, inclusiv lipsa de principii care să le reglementeze rolul, precum şi maşinaţiunile Guvernului interimar, au inhibat influenţa mass-media independente şi de opoziţie în alegerile din mai 1990 (Gross, 1991b ; Ruston, 1990).

Publicaţiile româneşti erau mori de zvonuri şi praştii pentru polemişti care imitau jurnaliştii, sau publicaţii de tip *National Inquirer**, cu multe imagini sexuale adăugate pentru a atrage atenţia. Publicaţiile cu mesaje religioase, presa etnică şi cea răspândită de partidele politice au acaparat o porţiune importantă a pieţei mass-media. În general, publicaţiile erau mai preocupate de conflictele politice în desfăşurare şi mai puţin de dezvoltarea politică sau transmiterea ştirilor.

---

* Ziar de scandal din Statele Unite – n.t.

O parte a problemelor cu care s-au confruntat mass-media româneşti a venit din modul de prezentare a informaţiilor pentru public şi, astfel, de asemenea, din credibilitatea lor. Deşi scena mass-media s-a transformat într-una diversă, liberă de prejudecăţi, ea n-a putut să se descurce total în a ajuta procesul social de schimbare a formei, abordării şi funcţiilor discursului social. Handicapul ei consta în înclinaţia celor mai mulţi jurnalişti veterani, dar şi a multora noi, de a utiliza încă folosirea orwelliană a cuvintelor vechi în sens nou, învăţată de-a lungul celor peste patru decenii de comunism. Ei nu s-au descurcat să elimine complet din scrierile lor ceea ce Bauman a numit (1981) comunistele „reguli ale jocului politic … gramatica limbajului politic… astfel construit încât ele reproduc automat şi perpetuează dominaţia partidului… [Este un] limbaj separat de activitate al partidului comunist” (p. 51).

Mai mult, limbajul schizofrenic adoptat de „noul jurnalism” al României, în special de presa de opoziţie/a intelectualităţii conducătoare în avangarda sprijinirii democratizării, a accentuat separarea elitei intelectuale de populaţia predominant ţărănească. Limbajul este un element definitoriu în societăţile în tranziţie (Passin, 1963) şi, la fel ca într-o societate colonială tranziţionară, în România el a deosebit elita de mase şi elita tradiţională de cea „modernă”. În ultimul caz, distincţia este între intelectualii care îşi protejează locul obţinut în societate în timpul vechiului regim şi cei care militează pentru o schimbare radicală spre formele democratice.

Audienţa română făcea de asemenea parte din ecuaţia privind eficacitatea mass-media şi identificarea rolului lor în societate. Această audienţă a devenit şi ea polarizată politic, social, etnic şi chiar economic, dar era încă în căutarea unui *Weltanschauung*. În plus, după peste 40 de ani de îndoctrinare, mass-media comuniste şi-au luat tributul în abilitatea audienţei de a avea încredere în mass-media româneşti, de a fi consumatoare judicioasă de presă şi de a fi capabilă să urmărească şi să participe la dialogul socio-politic.

Mass-media româneşti post-comuniste aveau un caracter mult prea politic şi polemic pentru a servi o funcţie de informare tradiţională sau a educa oamenii într-o cultură politică democratică. Ele s-au schimbat puţin după alegerile din mai 1990.

În ciuda lipsurilor lor, rolul mass-media în 1990 a fost semnificativ. Ele au reuşit, pe timpul primului an încă revoluţionar, urmând căderii regimului, să ofere oamenilor, pentru prima dată din anii ’30, alternative mass-media indigene. Ele au contribuit direct la înfiinţarea şi evoluţia societăţii civile şi a partidelor politice, fiind locul de manifestare pentru diferite opinii şi polemici. Şi, poate mai important, ele au fost şi încă sunt, prin diversitatea lor, simbol al posibilităţilor şi promisiunilor democratice. Doar ca simbol, ele sunt un agent socializator important în viaţa socio--politică, economică şi culturală[11].

La sfârşitul anului 1990, expansiunea presei tipărite româneşti s-a diminuat, deoarece cererea consumatorilor a scăzut şi a devenit mai selectivă, iar lipsa de hârtie şi tipografii disponibile persista (Gross, 1991c). Mai important, au fost lansate mai puţine publicaţii noi, fiindcă adevăratul *raison d’être* pentru naşterea multora a fost epuizat, adică exprimarea gândurilor care nu au reprezentat linia partidului comunist nu a fost posibilă din 1947, cu atât mai puţin în ultimii 15 ani.

Extinderea mass-media audiovizuale s-a accelerat spre sfârşitul anului 1990 şi, la începutul lui 1991, 16 posturi independente de televiziune funcţionau în ţară şi alte câteva erau gata să se înfiinţeze. Ele reprezentau o foarte mică contrapondere la TVR, care îşi înmulţise serios orele de program[12]. La fel de important, ele sunt simboluri ale unei tendinţe către o presă liberă şi instituţii democratice, pe care orice Guvern va fi imposibil să o reprime sau să o elimine. La începutul anului 1991, se făceau în Bucureşti planuri de înfiinţare a unui post de televiziune independent naţional[13]. Rolul şi efectele viitoare ale mass-media româneşti vor fi determinate în parte de funcţiile pe care şi le vor asuma, de tipul de cultură

politică naţională şi de principiile, codurile şi legile care îndrumă existenţa lor. Acum ele îşi caută direcţia într-o societate care şi-a pierdut identitatea şi care urmăreşte mass-media pentru a fi ghidată, sfătuită şi informată.

Concluzie

Rolul mijoacelor de comunicare de masă în revoluţia română a fost şi mare, şi mic, în funcţie de felul cum sunt examinate mass-media pre- şi post-revoltă, româneşti sau străine, atât tipărite, cât şi audiovizuale. În grade diferite şi cu succes diferit, ele au servit ca agent informator, socializator, chiar şi ca sprijin psihologic şi emoţional.

Rolul important jucat de mass-media străine este un indicator al eşecului mass-media româneşti de a atinge conştiinţa audienţelor lor, cel puţin nu în modul intenţionat de stăpânii lor. Ultimii şi-au pierdut justificarea şi, ca rezultat, şi primele şi-au pierdut credibilitatea, răspândind mesaje/informaţii incongruente cu realitatea vieţii naţiunii şi nereuşind să întâlnească nevoile de informare şi divertisment ale audienţei. Legătura dintre mass-media comuniste şi audienţa lor a fost aproape total inexistentă. În consecinţă, într-o dezvoltare unică chiar şi între naţiunile Europei Centrale şi de Est, mass-media străine au devenit singura legătură a românilor cu realitatea, sănătatea spirituală şi speranţa. În sfârşit, mass-media străine au servit ca furnizor direct de informaţii, care au fost ca un catalizator pentru începutul revoluţiei.

Mass-media româneşti post-revoluţionare au încă sarcina, care nu este de invidiat, de a se constitui într-o instituţie profesionistă, în acelaşi timp în care sunt chemate să fie printre primii agenţi ai schimbării. Ele joacă, la momentul scrierii acestui text, un rol de informare şi de educare limitat şi reuşesc ca socializator, în special ca simbol al unei Românii schimbate. Acesta, de asemenea, este un rol important şi poate fi singurul pe care şi-l vor putea asuma

pentru moment într-o societate în tranziţie, trecând de la un sistem totalitarist extrem de represiv, la unul potenţial democratic. Rolul mass-media străine s-a diminuat cumva, deşi ele încă joacă un rol semnificativ în oferirea unui echilibru la mass-media indigene, a diversităţii şi a unei ferestre prin care mesajele noi şi democratice pot trece şi stimula dezvoltarea României şi a mass-media sale.

În ciuda problemelor, numărul publicaţiilor va rămâne relativ mare atât timp cât continuă criza socio-politică, ele oferind suport pentru diverse opinii. Extinderea mass-media audiovizuale s-a mărit considerabil la sfârşitul anului 1990 şi în 1991 şi 1992 şi promite să continue. Viitorul mass-media româneşti şi al naţiunii însăşi este plin de speranţă, dar imprevizibil. Ceea ce este previzibil este rolul central al mass-media în evoluţia naţiunii, indiferent ce direcţie socio-politică, economică şi culturală poate lua aceasta.

Note

1. De exemplu, Petre Mihai Băcanu, directorul cotidianului *România Liberă*, împreună cu alţi trei colegi, a publicat un ziar în ilegalitate, la începutul lui 1989. Existenţa acestuia a fost scurtă, iar cei trei au petrecut mai multe luni în închisoare. La revoluţie, pe 22 decembrie 1989, Băcanu a fost eliberat.
2. Este vorba despre o poveste relatată autorului, în ianuarie 1990, la Timişoara : cu prilejul unei vizite efectuate de Ceauşescu în acest oraş, el a observat câteva antene de satelit. Când a întrebat ce sunt, i s-a răspuns că folosesc drept captatoare de energie solară. Mai târziu, când a descoperit adevărata întrebuinţare a antenelor, a ordonat ca acestea să fie date jos. Doar câteva au suferit de pe urma deciziei.
3. După cum i s-a relatat autorului în ianuarie 1991, în Oradea, un inginer din acest oraş a construit o antenă de satelit, a strâns bani de la locatari şi, prin reţeaua de cablu existentă, a transmis programe străine pentru 800 de apartamente.
4. Conform *Statistical Yearbook*, editat de UNESCO, în 1998, existau 26 de televizoare la 1 000 de locuitori, în 1965 ; în 1986, numărul a crescut la 175 la 1 000 de locuitori. Potrivit acestor statistici, importanţa televiziunii a fost accentuată de scăderea deţinătorilor de aparate de radio ; în 1965, existau 147 de deţinători de radio la 1000 de locuitori ; din 1986, 143 la 1 000 de locuitori.
5. Abilitatea românilor de a recepţiona semnale ale televiziunilor străine a fost remarcată de autor în timpul celor două săptămâni petrecute la Timişoara şi Bucureşti, începând din 11 ianuarie 1990, la numai 17 zile după executarea lui Ceauşescu.
6. Autorul a discutat cu mulţi români care au participat la demonstraţiile din Timişoara, în cursul vizitelor făcute în ianuarie, mai şi august 1990. Este clar că principala sursă de informaţie privind incidentul Tökes care a aprins revolta provine de la mediile maghiare.
7. Din interviurile luate românilor în ianuarie, mai şi august 1990.
8. Autorul a întâlnit mulţi români, în special tineri, care înţeleg aproape perfect sârba, maghiara, bulgara şi rusa şi care au învăţat aceste limbi

prin intermediul televiziunii, în scopul unic de a înţelege emisiunile posturilor străine.

9. Jurnalişti, profesori universitari, oficialităţi guvernamentale, studenţi, meseriaşi, ţărani şi alte categorii profesionale s-au dovedit foarte implicaţi în obişnuinţele colective privind media, în timpul vizitelor efectuate de autor în ianuarie, mai, august şi noiembrie 1990 şi ianuarie 1991.
10. Din lectura ziarelor şi revistelor şi vizionarea transmisiunilor TV realizate de autor.
11. De exemplu, *Anunţ de la A la Z* este un săptămânal dedicat în întregime publicităţii. El şi-a făcut apariţia în iunie 1990 şi a devenit un simbol al ideii unui sistem de întreprindere liberă.
12. Din discuţiile cu oficialii Ministerului Comunicaţiilor din Bucureşti, în ianuarie 1991.
13. Din discuţiile, în noiembrie 1990 şi ianuarie 1991, cu persoane oficiale din cadrul SOTI. Acestei societăţi i s-a permis, în final, să înfiinţeze un post local (Bucureşti) care şi-a început funcţionarea în decembrie 1991.

Referinţe bibliografice

Alter, J., 8 ian. 1990, „Prime-time Revolution. How Technology Fueled a year of Change", *Time*, p. 25.

Amelunxen, H. von, & Ujica, A., 1990, *Television/revolution. Das Ultimatum des Bildes*, Marburg, Germania : Jonas Verlag.

Banta, K.W., 5 sept. 1988, „Where Glasnost Is Still a Dirty Word", *Time*, pp. 31-32.

Bauman, Z., 1981, „On the Maturation of Socialism", *Telos*, 47, 48-54.

Binder, D., 23 dec. 1989, „Ceausescu Flees a Revolt in Romania But Security Forces Fight on", *The New York Times*, pp. A1, A9.

Bohlen, C., 20 dec. 1989a, „Visitors Horrified at Protest Scene", *The New York Times*, p. A17.

Bohlen, C., 21 dec. 1989b, „Ceausescu Blames Fascists for Uproar in Romanian City", *The New York Times*, p. A14.

Curry, J.L., 1983, *Dissent in Eastern Europe*, New York : Praeger.

Dahlgren, P., 1981, „TV News and the Suppression of Reflexivity", in E. Katz & T. Szecsko (ed.), *Mass Media and Social Change*, pp. 101-114, London : Sage.

Dennis, E.E. & Vanden Heuvel, J., 1990, *Emerging voices : East European Media in Transition*, New York : Gannett Center for Media Studies.

Echikson, W., 31 ian. 1989, „Personality Cult Thrives in Romania. But Economy Withers Under Weight of Grandiose Projects and Rush to Repay Debt", *The Christian Science Monitor*, p. 6.

„Excerpts from coverage by the Rumanians and Hungarians", 23 dec. 1989, *The New York Times*, pp. A8, A9.

Fein, L. & Bonnell, B., 1965, „Press and Radio in Romania : Some Recent Developments", *Journalism Quarterly*, 42, 443-449.

Fischer-Galaţi, S., 1970, *20th Century Romania*, New York : Columbia University Press.

Gabanyi, A.U., 1978, „Das Zensursystem Rumanien”, *Wissenschaftlischer Dienst Sudösteuropa*, 7, pp. 189-192.

Gaspard, A., 1965, „Romania – Advertisements and Move to Objectivity”, *IPI Review*, 8, 17.

Gilberg, T., 1981, „Political Socialization in Romania : Prospects and Performance”, in D.N. Nelson (ed.), *Romania in the 1980s*, Boulder, CO : Westview Press.

Gross, P., 1989, „Exercises in Cynicism and Propaganda : Law, Legality and Foreign Correspondence in Romania”, *Political Communication and Persuasion*, 6(4), pp. 179-190.

Gross, P., 1990a, „The Soviet Communist Press Theory – Romanian Style”, in S. Splichal, K. Jakubovicz & J. Hochheimer (ed.). *Democratization and the Media* (pp. 94-107), Ljubljana : Communication and Culture Colloquia.

Gross, P., 1990b, sept.-oct., „Romania : Retreat from Freedom”, *Columbia Journalism Review*, p. 64.

Gross, P., 1990c, mai-iunie, „Small Signs of Great Changes… At a Romanian Tv Station”, *Columbia Journalism Review*, pp. 37-39.

Gross, P., 1991a, „Romania’s Poor Orphans : Civil and Information Societies”, *Media, Culture & Society*, 13(3), pp. 407-413.

Gross, P., 1991b, „Restricting the Free Press in Romania”, *Orbis*, pp. 265-375.

Gross, P., 1991c, „Rumaniens Massenmedien : Neue Vielzahl un ungewisse Zukunft”, *Media Perspektiven*, 2, pp. 90-95.

Hachten, W.A., 1981, *The World News Prism. Changing Media, Clashing Ideologies*, Ames : The Iowa State University Press.

Harden, B., 29 dec. 1989, „Shortwave Radio Shaped the Revolution”, *The Washigton Post*, pp. A1, A24.

Hazan, B.A., 1985, *The East European Political System. Instruments of Power*, Boulder, CO : Westview Press.

International Organization of Journalists, 1976, *Mass Media in C.M.E.A. Countries*, Praga : Author.

Jakubovicz, K., 1989a, 8-12 mai, „Musical Chairs ? The Three Public Spheres of Poland”, *Media, Culture & Society*, 12(2), 195-212.

Jakubovicz, K., 1989b, sept., „Between Communism and post--Communism : How Many Varieties of Glasnost ? ”, lucrare prezentată la *Democratization and the Media : An East-West Dialogue at the Third International Colloquium on Communication and Culture*, Piran, Iugoslavia.

Jakubovicz, K., 1990, „Musical Chairs ? The Three Public Spheres of Poland”, *Media, Culture & Society*, 12(2), pp. 195-212.

Katz, E. & Szecsko, T., 1981, *Mass Media and the Social Change*, Londra : Sage.

Kifner, J., 1989, 28 dec., „Romanian Revolt, Live and Uncensored”, *The New York Times*, p. A1.

Kovacs, I. & Togyesi, J., 1991, „Kontinuität und Wandel bei den ungarischen Pressemedien”, *Media Perspektiven*, 2, pp. 105-110.

Lendvai, P., 1981, *The Bureaucracy of Truth. How Communists Governments Manage the News*, Boulder, CO : Westview Press.

Leonhardt, P., 1974, „Das rumanische Presserecht nach dem gesetz vom 28.3.1974”, *Jahrbuch für Ostrecht*, 15, pp. 199-229.

Lerner, D., 1963, „Toward a Communication Theory of Modernization”, in L.W. Pye (ed.) *Communications and Political Development* (pp. 327-350), Princeton, NJ : Princeton University Press.

Mainland, E., 1986, „The Voice Present and Future : VOA, The USSR and Communist Europe”, in K.R.M. Short (ed.), *Western Broadcasting Over the Iron Curtain* (pp. 113-138), New York : St. Martin's Press.

Manea, I., 1985, „The Romanian Press : Does It Exists in Today's Romania ? ”, *Journal of the American Romanian Academy*, 6/7, pp. 142-147.

Manea, I., 1986, „Does the Romanian Press Exist in Today's Romania ?, Why Are Romanian Foreign Correspondents Nowhere to Be Found ? ”, *Journal of the American Romanian Academy*, 8/9, pp. 149-155.

McIntosh, M., 1986, „Public Opinion Assessment and radio Free Europe's Effectiveness in Eastern Europe”, in K.R.M. Short (ed.)

Western Broadcasting Over the Iron Curtain (pp. 245-263), New York : St. Martin's Press.

Merrill, J.C., 1983, *Global Journalism. A Survey of the World's Mass Media*, New York : Longman.

Milin, M., 1990, *Timişoara – 15-21 decembrie '89*, Timişoara : I.P.B.T.

Mowlana, H. & Wilson, L.J., 1987, *Communication and Development : A Global Assessment*, Paris : Unesco.

Nelson, D.N., 1988, *Romanian Politics in the Ceausescu Era*, New York : Gordon and Breach Science Publishers.

Nelson, D.N., 1981, „Romania", in W.A. Welsh (ed.) *Survey Research and Public Attitudes in Eastern Europe and Soviet Union*, New York : Pergamon Press.

„New Candor in the Coverage in Romania and E. Germany", 24 dec. 1989, *The New York Times*, p. A15.

Passin, H., 1963, „Writer and Journalist in the Transitional Society", in L.W. Pye (ed.), *Communication and Political Development* (pp. 82-123), Princeton, NJ : Princeton University Press.

Paulu, B., 1974, *Radio and Television Broadcasting in Eastern Europe*, Minneapolis : The University of Minnesota Press.

Quester, G.H., 1990, *The International Politics of Television*, Lexington, KY : Lexington Books.

Rateş, N., 1991, *Romania : The Entangled Revolution*, Washington, D.C./New York : Center for Strategic and Informational Studies with Praeger.

Reichman, H., 1988, „The Last Stalinist", *World Press Review*, 35(11), 22.

Ruston, U., 25 sept. 1990, *Romania's Battered Press*, A report by Index on Censorship and Reporters Sans Frontières, nr. 354.

Shafir, M., 1983, „Political Culture, Intellectual Dissent and Intellectual Consent : The Case of Romania", *Orbis*, 2, pp. 393-420.

Short, K.R.M., 1986, *Western Broadcasting Over the Iron Curtain*, New York : St. Martin's Press.

Skilling, H.G., 1989, *Samizdat and an Independent Society in Central and Eastern Europe*, Columbus: Ohio State University Press.

Szekfu, A., 1989, „Intruders Welcome? The beginnings of Satellite Television in Hungary", *European Journal of Communication*, 4(2), pp. 161-171.

Tagliabue, J., 2 dec. 1987, „Romania, Ever the Maverick, Rezists Soviet Sprit of Change", *The New York Times*, p. A34.

Unesco, 1989, *Statistical Yearbook*, Paris: Unesco.

Viviano, F., 1991b, 22 aprilie, „Watching the War on the TV's Front Lines", *The San Francisco Chronicle*, p. A8.

Volgyes, I. (ed.), 1975, *Political Socialization in Eastern Europe*, New York: Praeger.

Willey, F. & Nagorski, A., 1987, „Down with the Dictator – Ceausescu's Romania: Protests, not Glasnost", *Newsweek*, pp. 27-29.

Mass-media şi jurnalismul românesc în mijlocul tranziţiei *

Abundenţa de scrieri referitoare la dezvoltarea mass-media în lumea est şi central-europeană de după 1989 şi în fosta Uniune Sovietică s-a concentrat mai ales pe evoluţia sistemelor mass-media, pe presiunile politice şi economice exercitate asupra lor, pe natura jurnalismului practicat şi pe relaţia între mass-media şi dezvoltarea societăţii civile, mai mult chiar, a „democraţiei". Tendinţe similare şi diferite au fost identificate, printre alţii, de J.J. Brown (1994), S. Splichal (1994a, 1994b), K. Jakubowicz (1995), J. Aumente, P. Gross, R. Hiebert, O. Johnson şi Dean Mills (1997). Majoritatea lucrărilor acoperă integral sau abordează tangenţial domeniul dintre evaluarea modului „în care evoluează lucrurile" şi criticile pe seama acestor evoluţii, în contextul reflecţiilor filosofice înalt idealizate asupra modului „în care lucrurile ar trebui să se dezvolte". Această din urmă noţiune a fost dezbătută în jurul conceptelor de *autonomie* şi *pluralism*, vizând *dezvoltarea* nu numai ca teorie, ci şi ca situaţie practică ce creează premisele unei democraţii participative de tip ideal.

Cuvinte ca „societate civilă" „democraţie", „independenţă", „autonomie", „libertate" şi „democratizare", printre numeroase altele, sunt folosite de toţi autorii, fără un acord universal referitor la semnificaţia fiecăruia sau la contextul mai larg în care acestea trebuie să fie înţelese şi puse în practică.

---

* Apărut în D. Paletz, K. Jakubowicz, P. Novosel (eds.), 1998, *Relapse Into Communism ? The Media and Socio-Political Consciousness in Central & Eastern Europe*, Hampton Press, 1998.

De exemplu, conceptul de „societate civilă” este mult contestat, aşa cum arăta pe scurt Dahlgren (1995). În plus, deşi subliniază (1995, 2) că „dinamica democraţiei este strâns legată de practicile comunicării şi comunicarea socială are loc din ce în ce mai mult prin mass-media”, el recunoaşte de asemenea că ceea ce înseamnă în practică democraţia nu se întemeiază pe un acord definitiv. Dar presupunerile idealiste, ideologice vizând noţiunile de „democraţie” şi „democratizare” sunt chiar mai dăunătoare procesului de fundamentare a unei evaluări şi totodată de reglementare a dezvoltării mass-media aflate în serviciul „democraţiei”. În consecinţă, numeroşi cercetători preocupaţi de evoluţia mass-media în Europa Centrală şi de Est îşi exprimă, implicit sau explicit, nevoia ca cel puţin să „se trateze” la un loc toate elementele considerate fundamentale, dar care lipsesc, sau care dictează atât comportamentul mass-media, cât *şi* al consumatorului de media, prin politică.

Prezenta lucrare intenţionează să ofere o abordare diferită de ceea ce pare să prevaleze, atât în spirit, cât şi în punctul său de plecare conceptual şi contextual. În mare măsură, datorită neprevăzutului, ea este de asemenea o reconsiderare a abordării mele şi o evaluare a evoluţiei mass-media şi a jurnalismului după 1989 în Europa Centrală şi de Est, în general, şi în România, în particular. Această lucrare analizează evoluţia mass-media româneşti în contextul a ceea ce Dahrendorf a numit o „societate deschisă” (1990). Abordarea mi se pare a fi mai cuprinzătoare, mai puţin restrictivă şi ideologică şi cu o viziune asupra societăţii mult mai puţin condusă de politică. O societate deschisă, aşa cum afirmă el, nu este un sistem, ci constituie „spaţiul deschis al unui număr infinit de alternative de viitor”, în care *toate „sistemele”, pe care le etichetează ca non-liberale, trebuie să se înfrunte* (1990, p. 41). Aceasta nu sugerează nicidecum o societate perfectă, ci una ale cărei imperfecţiuni cel puţin nu sunt dictate de ideologie. „Democratizarea” rămâne încă o necesitate a acestei societăţi deschise,

dar nu ca *proces* stabilind un sistem democratic, ci mai curând ca *element* ce permite puncte de vedere, stiluri de viaţă diferite şi absenţa sau continua rezistenţă la tirania pieţei, a majorităţii, a minorităţii, a puterii brute a Guvernului, a unei ideologii sau a demagogiei politice.

Nici societatea deschisă, nici democraţia ca sistem nu sunt structuri societale în care mass-media şi oamenii de rând trebuie să participe cu toţii în conformitate cu un scenariu fixat, cum ar sugera unii. O societate deschisă, democratică nu este „o baie de aburi a sentimentelor populare” (Dahrendorf, 1990, 13) aşa cum ar fi considerată de cineva care pledează pentru o democraţie participativă idealizată şi o mass-media într-o stare de mobilizare continuă.

Privind printr-o prismă non-sistemică şi conştientizând perioada de tranziţie cu încercările, agitaţia şi tatonările sale, evoluţia mass--media în România de astăzi nu este nici atât de limitată, nici atât de negativă pe cât am evaluat-o în lucrări anterioare, concluzie care se poate aplica de asemenea şi altor ţări din Europa Centrală şi de Est. Nu înseamnă că neg existenţa unor atentate anti-democratice la construcţia sistemului mass-media, prin politică, legislaţie, manipulare, sau dezvoltări sau tendinţe făţiş ostile societăţii deschise şi mass-media servind o astfel de societate. Toate acestea fac parte din tranziţie la fel cum fac parte din organismul societăţilor deschise stabile al căror principal as din mânecă sunt instituţiile lor bine fundamentate, legile şi tradiţiile.

Împreună cu restul Europei Centrale şi de Est, România s-a alăturat luptei generalizate şi constante de a defini, a face funcţionale şi a păstra mass-media libere şi eficiente, care pot contribui la înfiinţarea şi servirea unei societăţi deschise, liberale. Este abia la începutul acestei călătorii. România s-a aliniat unei lumi în care mass-media sunt ameninţate constant, de dreapta şi de stânga politico-ideologică deopotrivă.

Lumea mass-media româneşti creată în 1990-1995

O societate deschisă, deşi nu se constituie ca „sistem”, are totuşi la bază reguli şi principii. Unul dintre aceste principii implică libertatea de a comunica şi accesul la informaţie sau, în modelul lui Habermas (1989/1962, 1992), înfiinţarea unei *sfere publice* în cadrul căreia discursul public, schimbul de opinii şi discutarea pe larg a problemelor comune şi a soluţiilor sunt stabilite. Nu a existat un acord (Dahlgren, 1995, 17-18, 104-112) asupra dilemei dacă sfera publică trebuie definită ca globală, larg pluralistă, sau ca fiind formată dintr-o multitudine de sfere mai mici, sau chiar ca o combinaţie a celor două posibilităţi. În mare măsură, alături de problema controlului guvernamental, mi se pare că aceasta este originea continuum-ului pluralism-dominaţie şi autonomie-subordonare, dezvoltat pentru a evalua evoluţia mass-media în Europa Centrală şi de Est după 1989 (Jakubowicz, 1995).

Structura sferei publice devine importantă pentru modul în care se corelează cu sferele socială, politică, economică şi culturală. În consecinţă, statul, societatea civilă şi sfera publică se determină reciproc într-un mod complicat. Natura fiecăreia, modul în care ele interacţionează, se afectează reciproc şi funcţionează împreună vor revela în final natura societăţii, cât de deschisă, lipsită de interdicţii, respectând drepturile individuale, şi cât de democratică poate fi.

În lumea Europei Centrale şi de Est de după 1989, sfera publică este la fel de neorganizată ca şi celelalte sfere cu care ar trebui să fie corelată. Acest lucru îngreunează examinarea evoluţiei mass-media, deoarece contextul şi relaţiile nu au un fundament specific şi se desfăşoară într-un flux continuu. Caracterizarea lui Timothy Garton Ash (11 ianuarie 1996) privind tranziţia Poloniei „de la anormalitatea normală la normalitatea anormală” se aplică şi României, şi

celorlalte foste naţiuni comuniste. Cu alte cuvinte, se examinează aici doar dezvoltări într-un anumit stadiu al tranziţiei.

I. Sistemul – proprietate şi structură

În primul trimestru al anului 1996, peisajul mass-media româneşti cuprindea aproximativ 1 200 de ziare şi reviste, conform unor statistici neoficiale, după cum se ştie. RODIPET, serviciul de distribuţie/abonamente de stat, are doar 636 de publicaţii care îi folosesc reţeaua. La acest număr trebuie adăugate publicaţiile, de diferite formate, tiraje, periodicitate şi natură, distribuite de reţele mult mai mici, înfiinţate de trusturile mass-media după 1989. Numărul lor (neverificabil) este estimat la aproximativ 500-600.

Publicaţiile româneşti variază de la revistele înalt intelectuale, literare, de artă şi socio-politice, la publicaţiile orientate spre economie şi afaceri ; de la cele satirice şi pornografice, la altele specializate pe anumite interese (adresate exclusiv publicului feminin, de sport, purtătoare de cuvânt ale partidelor politice, de hobby etc.) ; de la cotidiane naţionale şi locale/regionale informative, la (cele câteva) săptămânale similare. Nu există o contabilitate clară a numărului de publicaţii noi care au dispărut şi au apărut începând cu 1989. Este suficient să spunem că la începutul anului 1996 existau aproximativ de două-trei ori mai multe publicaţii decât înainte de răsturnarea dictaturii lui Ceauşescu.

Proprietatea acestor publicaţii se întinde de la partidele politice la consorţiile editoriale, indivizi, familii, grupuri religioase/biserici, uniuni literare, civice, profesionale, academice, culturale, sindicale şi alte organizaţii/instituţii, incluzând Guvernul şi diferitele instituţii de stat (de exemplu, forţele armate).

Ziarele naţionale şi locale sau regionale, cotidiane şi săptămânale, cu excepţia publicaţiei Guvernului, *Vocea României*, sunt autonome. Ele sunt independente de Guvern, dar nu şi de indivizii,

grupurile, organizaţiile şi instituţiile care le deţin. Astfel, presa este autonomă şi în acelaşi timp subordonată intereselor economice, sociale, politice, etnice, religioase şi culturale ale proprietarilor. În cazul proprietarilor individuali, ea este de asemenea subordonată capriciilor, preferinţelor, ego-urilor personale.

Nu există „autonomie” pură, aşa cum nu există un jurnalism obiectiv intrinsec. Pentru a dezvolta această analogie, trebuie să precizez că obiectivitatea este recunoscută ca ideal de neatins pentru orice jurnalist, datorită faptului că lentilele prin care ei văd, înregistrează şi analizează evenimentele, ideile şi oamenii sunt colorate de către mediul care îi înconjoară, de educaţie, politică etc. Ca urmare, jurnalismul s-a dezvoltat (cel puţin în SUA) impunând, la bine şi la rău, un ansamblu de proceduri : poziţia tuturor părţilor, informaţie completă, verificarea faptelor, eliminarea opiniilor personale, corectitudine şi specificarea surselor utilizate. Aceste *proceduri* devin „obiectivitate jurnalistică”. S-ar putea pune semnul egalităţii între adoptarea acestui proces pentru a obţine obiectivitate maximă şi conceptul de „naţiune de legi”, inclusiv un legislativ independent, pus în practică în Statele Unite, tocmai fiindcă americanii au ales să nu se bazeze şi să nu creadă în guvernarea indivizilor. Adăugaţi la acest jurnalism obiectiv prezentarea diferitelor puncte de vedere în cadrul unei singure publicaţii (şi puncte de vedere diferite prezentate în diferite publicaţii) şi, teoretic, există o sferă publică demnă de o societate deschisă, democratică.

Astfel, nici noţiunea de autonomie-subordonare nu poate fi considerată o măsură normativă ce pledează pentru statutul mass-media într-o sau faţă de o societate deschisă. Ei îi lipseşte calitatea necesară de a face faţă complexităţii analizelor şi nuanţelor pentru a judeca independenţa unei exprimări mass-media, semnificaţia sa fundamentală şi contribuţia acesteia la o societate deschisă.

Este clar că autonomia mass-media în sens ideal nu poate fi înfăptuită, cu excepţia celei *faţă de* Guvern. În contextul democratizării şi, mai important, al consolidării unei societăţi deschise,

o abordare tip proces devine crucială, hrănind şi fiind hrănită de o societate deschisă. Importante sunt varietatea şi volumul surselor de control/influenţă asupra presei şi gradul de subordonare a fiecărei publicaţii faţă de acea sursă de control/influenţă. Testul pentru autonomia presei într-o societate deschisă trebuie să fie dacă (1) presa este subordonată numărului cel mai mare posibil de autorităţi diferite, (2) gradul ei de subordonare şi al jurnaliştilor ei şi (3) absenţa controlului guvernamental.

Presa românească este extrem de diversificată, aşa cum au dovedit-o natura presei, proprietarii săi, conţinuturile diverse, feluritele abordări şi prezentările lor :

(a) Citind câteva ziare naţionale în orice zi, devine imediat clar că fiecare are o definiţie diferită a valorii de informaţie, în timp ce practică acelaşi tip de jurnalism (vezi Secţiunea III) : de ce ar putea fi interesaţi cititorii lor şi ce ar putea fi important sau nu. Cu puţine excepţii printre ziarele majore, de la o zi la alta, este uneori greu de ştiut ce se întâmplă cu adevărat în ţară sau dacă într-o zi oarecare aceste publicaţii vorbesc despre aceeaşi ţară. Abordarea „ştirilor" şi a temelor majore în ziarele româneşti se poate caracteriza oricum prin lipsă de omogenitate, tratând inegal o largă arie de teme, aşa cum demonstrează un studiu recent efectuat de Ioan T. Morar şi Mircea Toma de la Institutul de Psihologie din Bucureşti (1995).
Autonomizarea (Manaev, 1994) a fost obţinută în sistem, cel puţin în sensul pe care l-am subliniat mai sus, dar mai puţin în sensul jurnalistic profesionist, unde se mai poate vorbi despre unitate între mentalităţile pre-profesioniste şi abordări (vezi Secţiunea III).

(b) Nu a existat nici un ziar sau revistă care să domine în 1996 scena presei tipărite (Gross, 1996) prin tiraj, credibilitate şi profesionalismul său. Cu foarte puţine excepţii, presa românească

nu este nici una de elită, nici una pur populistă. Mai curând este o presă mixtă populistă/specializată, fiecare ziar deservind o audienţă relativ redusă (25 000-150 000 de cititori), interesată în mod specific de un anumit punct de vedere politic şi de subiectele tratate predominant. Specializarea este şi mai pronunţată în presa săptămânală şi în numeroasele publicaţii tip revistă. De exemplu, Coman (22-28 martie 1996) semnalează ieşirea din cursă a mai multor publicaţii săptămânale care ofereau informaţii şi discuţii politice, în 1996 (*Expres*, *Zig-Zag, Tinerama*, *Baricada*). Este de remarcat de asemenea, în perioada 1990-1996, apariţia publicaţiilor specializate tratând teme economice/de afaceri (*Capital*, *Adevărul economic*, *Bursa*, *Lumea afacerilor*), teme de interes feminin (*Femeia*, *Timpul femeilor în ţara bărbaţilor*, *Actual*), divertisment (*As*, *Academia Caţavencu*, *Preţul succesului*) şi alte subiecte diverse (*Infractorul*, *Revista fenomenelor paranormale*, *VIP* etc.).

De fapt, cea care devine treptat o presă populistă este presa locală/regională, tratând în principal teme locale. În 1994, balanţa presă locală/regională *versus* naţională a înclinat către cea dintâi, o presă cumva mai puţin politică, dacă nu mai puţin partizană, şi mult mai preocupată de subiectele locale/regionale de zi cu zi. De exemplu, în decembrie 1994, 37% din cititorii de ziare la nivel naţional au declarat că urmăresc presa locală, 29% un cotidian naţional (relativ) mai popular, *Evenimentul Zilei*, iar restul citesc un alt cotidian naţional sau nici unul (IRSOP, decembrie 1994). Într-un alt sondaj naţional, un an mai târziu, Centrul pentru Sociologie Urbană şi Regională a raportat (în decembrie 1995) că 42% din cei care au răspuns citesc ziarul local şi 24% citesc *Evenimentul Zilei*, ceilalţi citind un alt ziar naţional sau nici unul.

Această mare varietate a presei, numărul mare şi divers de autorităţi cărora presa li se subordonează, sau faţă de care răspunde,

conţinutul şi natura sa diversă constituie esenţa unei societăţi civile bine dezvoltate, cel puţin în teorie, aşa cum au sugerat Splichal (1993, 1994a, 1994b) şi alţii. Controlul Guvernului lipseşte cu siguranţă, dar încercările de manipulare sunt permanente (vezi Secţiunea II). Presa scrisă şi mass-media audiovizuale nu mai sunt instrumente ale puterii centralizate, forţa de durată a Televiziunii Române este atenuată acum de posturile de televiziune independente, devenite naţionale, şi de nivelul lor de profesionalism, ceva mai ridicat.

Totuşi, în mod paradoxal, mass-media *nu* reprezintă o societate civilă bine dezvoltată[1]. Societatea civilă este redusă în România, fără îndoială într-un stadiu de evoluţie incipient. Mass-media nu reprezintă nici o democraţie participativă. Ele reprezintă exact o societate în tranziţie, în care numeroase grupuri şi indivizi, idei şi puncte de vedere, dorinţe şi nevoi îşi caută o definiţie şi un loc în societate. Cel puţin ca formă şi intenţie, mass-media nu sunt în mod necesar eficiente în a contribui constructiv la creşterea societăţii civile. Dar, pe de altă parte, ele reprezintă germenii simbolizând promisiunea unei societăţi civile bogate, presupunând că nu vor fi distruşi sau menţinuţi într-o perpetuă somnolenţă. Emanciparea mass-media este doar parţială:

1. Ele sunt independente de stat/Guvern, dar statul/Guvernul controlează o mare parte din distribuirea presei naţionale şi diferite aspecte ale sistemului audiovizual, corpul său de conducere şi politica sa. Ele depind în primul rând din punct de vedere economic de instituţii noi cu putere mai mare sau mai mică (socio-politice, de afaceri, religioase etc.) şi doar în al doilea rând de cititori, care (a) nu au o putere mare de cumpărare şi (b) mai curând se retrag, decât să avanseze în implicarea lor în viaţa civică şi politică, fiind mult prea preocupaţi cu eforturile pentru securitatea şi dezvoltarea economică personală şi sătui de circul politic prezent în România. În cazul Televiziunii Române publice (TVR) şi al Radio România (RR), dependenţa economică

provine din abonamente şi publicitate, în timp ce televiziunile independente trăiesc aproape exclusiv din venitul din publicitate.

2. Au făcut paşi importanţi în introducerea noilor tehnologii, dar nu ating încă nivelul profesionalismului în jurnalism (Gross, 1996, capitolele 5 şi 6).

Aşa cum am menţionat deja, presa română este încontinuu supusă impozitelor de către piaţă, ca şi de către puterile politice (vezi Secţiunea II). Cititorii care în 1990 cumpărau zilnic între două şi cinci publicaţii diferite au ajuns în 1996 să cumpere numai una (sau deloc), iar aceasta din urmă le consolidează punctele de vedere şi înclinaţiile socio-politice şi chiar culturale. Scala pluralismului nu este limitată, dar expunerea individului la pluralismul mass-media este.

Într-o societate unde presa scrisă se vinde în cea mai mare parte pe stradă, rata abonamentelor este foarte scăzută. Cumpărarea din impuls, timpul necesar, cheltuirea banilor şi alţi factori, inclusiv vremea, conduc cele mai multe achiziţii. Un raport asupra unui sondaj la nivel naţional (Centrul pentru Sociologie Urbană şi Regională) din decembrie 1995 arată că numai 13% dintre români se abonează la o publicaţie, 3% la două publicaţii, 1% la 3-7 publicaţii şi un procent uriaş, de 83%, la nici o publicaţie. Cele mai bine vândute cotidiane naţionale au tiraje între 120 000 şi 170 000 de exemplare, substanţial mai puţin decât la începutul lui 1990, când vindeau între 1,5 şi 2 milioane de exemplare zilnic.

Fiindcă vânzarea presei scrise este realizată în principal prin vânzătorii de pe stradă, problemele de distribuire (vezi Secţiunea II) a ziarelor naţionale pe tot cuprinsul ţării diminuează de asemenea accesul cititorilor din toate zonele ţării la pluralismul care există în domeniul presei.

Multe dintre ziarele româneşti mari şi mici, deşi nu sunt viabile din punct de vedere economic, sunt sprijinite financiar de un partid

politic sau prin sumele provenite dintr-o altă afacere a unui individ sau grup căruia îi aparţine ziarul. De exemplu, un cotidian din Iaşi, „extrem de apropiat de partidul la guvernare, a fost parţial vândut unei companii de produse textile cu capital de stat, pentru a fi salvat" (IPI, 1995, 85) ; în Timişoara, *Realitatea bănăţeană* aparţine unui om de afaceri cu interese comerciale variate (discutabile).

Supravieţuirea unor publicaţii într-un fel de sistem artificial de menţinere a vieţii este un semn sigur că în acest moment piaţa nu este suverană. Ziarele sunt ţinute în viaţă pentru că un grup sau un individ doreşte propriul suport de răspândire a informaţiei, a punctelor de vedere, a propagandei şi/sau divertismentului către un electorat, nu contează cât de redus.

Fără îndoială, presa scrisă ar fi putut face paşi mai mari în profesionalizare, în stabilirea unei baze economice mai solide şi în dobândirea instrumentelor manageriale şi tehnice necesare pentru a-şi asigura supravieţuirea şi standardele calitative, dacă ar fi fost prezent un cuantum mai mare de investiţii străine. Doar câteva publicaţii au beneficiat într-o oarecare măsură de investiţie străină (*România Liberă*, *Capital*, *Libertatea* ş.a.).

Dar nu numai presa scrisă a proliferat şi s-a diversificat din 1989, contribuind la topografia variată a peisajului mass-media. Mass-media audiovizuale, în urma legii audiovizualului din 1992, a cunoscut o creştere spectaculoasă, în special în 1995, datorită unei infuzii mai importante de capital străin (de exemplu, ProTV şi Amerom).

La începutul lui 1996, cele 23 de milioane de cetăţeni români beneficiau de 107 posturi de radio, 678 de societăţi locale de televiziune prin cablu şi 44 de posturi de televiziune locale/regionale. Listele Consiliului Naţional al Audiovizualului (CNA) cu deţinătorii de licenţe din iulie şi august 1995 arată că au fost aprobate 127 de licenţe pentru radio, 56 pentru televiziune şi 678 pentru televiziunea prin cablu. Unul din posturile de televiziune,

ProTV, un *joint-venture* româno-american[2], are acoperire naţională, primind permisiunea de a transmite prin satelit ; la sfârşitul lui 1996, era programat să acopere 55% sau mai mult din teritoriul României. El poate reprezenta concurenţa mult dorită pentru televiziunea naţională publică, TVR, singurul post de televiziune care este încă direct şi/sau indirect controlat de stat/Guvern[3]. Două alte posturi, Antena 1 şi Tele7abc încep de asemenea să aibă o distribuire cvasi-naţională a programelor lor prin satelit şi prin cablu, ca ProTV.

Apariţia rapidă şi cumva neaşteptată (vezi Secţiunea III) a competiţiei pentru televiziunea publică schimbă scena mass-media, adăugând mai multă concurenţă la fiecare element al acesteia, cu consecinţe ce urmează să fie evaluate. Aceste consecinţe depind în mare măsură de natura şi profesionalismul programelor de ştiri şi de tipul de divertisment oferit.

Distribuţia proprietăţii posturilor de radio şi televiziune nu este tot atât de diversă şi nici diferenţierea şi pluralismul la fel de semnificative ca în presa scrisă. Totuşi, pluralismul şi diferenţierea au crescut în 1996, posturile de televiziune concurente deja menţionate devenind naţionale. Cea mai importantă diferenţiere se produce din punctul de vedere al tehnicii şi abia în al doilea rând prin jurnalismul pe care îl practică şi modul în care îl abordează.

Un sondaj din martie 1996, efectuat de IRSOP în Bucureşti (*Evenimentul Zilei*, 18 martie 1996), arată o competiţie relativ strânsă pentru audienţele zilnice între 6 posturi de televiziune (60% urmăresc ProTV, 58% TVR 1, 39% TVR 2, 37% Antena 1, 34% Tele7abc şi 12% Amerom). Acelaşi sondaj arată că în Bucureşti competiţia radiourilor are loc mai ales între primele 8 posturi (Radio România Actualităţi – 48%, Radio Contact – 29%, ProFM – 19%, Radio România Cultural – 8%, Radio România – Antena Bucureştilor – 7%, Radio Total – 6%, Radio 21 – 4%, Fun Radio – 4%). De asemenea, a crescut concurenţa la nivel local/regional.

Factorii care au provocat până în 1995 evoluţia mai lentă din audiovizual sunt numeroşi. Trei dintre cei mai importanţi sunt (1) lipsa de bani investiţi într-un domeniu care necesită mai multe dotări decât înfiinţarea unei redacţii de presă scrisă cu câteva maşini de scris/computere, (2) absenţa cunoştinţelor tehnice corespunzătoare derulării unei activităţi audiovizuale şi (3) controlul şi manipularea distribuirii frecvenţelor şi licenţelor de către cei aflaţi la putere.

Totuşi, posturile de radio şi televiziune sunt subordonate unei arii de proprietari şi interese, iar diferenţele în tratarea informaţiei sunt datorate intereselor proprietarilor, abilităţilor jurnaliştilor, intereselor percepute dinspre audienţe şi, în unele cazuri, programelor de ştiri sau altor emisiuni informative produse de posturile mai importante sau chiar de cele străine (BBC, TF 1, VOA ş.a.). Cele mai multe din programele transmise de posturile de radio şi televiziune naţionale şi locale/regionale sunt orientate către divertisment.

În 1996, la şapte ani de la răsturnarea regimului comunist, concurenţa dintre posturile de televiziune comerciale private s-a accentuat, ca şi cea dintre acestea şi televiziunea publică TVR (Holban, 5 ianuarie 1996). Acest lucru este adevărat şi pentru radio. Într-adevăr, o economie în creştere lentă şi o încă mai incompletă înţelegere a puterii şi necesităţii publicităţii, într-o economie departe de a fi de piaţă, facilitează competiţia în domeniile tipărit şi audiovizual, fără ca ziarele sau posturile de radio şi televiziune să dispară definitiv de pe scena mass-media – cel puţin pentru moment (pentru problemele economice ale mass-media, vezi Secţiunea II).

În sfârşit, succesul audiovizualului românesc va depinde mult de privatizarea economiei româneşti. Aceasta este o concluzie exprimată la începutul lui 1996 de Horia Murgu, şeful Departamentului Multimedia de la Academia de Teatru şi Film din Bucureşti şi fost membru al CNA (Ghiu, 15-21 martie 1996). El a arătat de

asemenea că domeniul audiovizual, un tărâm pustiu înainte de 1990, a fost şi este larg deschis privatizării, spre deosebire de multe alte sectoare din viaţa economică şi publică a României, care au trebuit *transformate* dintr-un sector public într-unul privat.

În domeniul radio, compania Radio România, deşi condusă de stat, a fost considerată mult mai autonomă şi profesionistă în jurnalismul pe care l-a practicat decât televiziunea sau presa. Acest lucru se poate schimba după numirea, în 1995, a unui nou colectiv managerial care pare să intenţioneze „o revenire la politizarea de tip vechi a jurnalismului" (Ionescu, 1995, 64).

Există aproximativ un post de televiziune (prin cablu sau clasic) pentru fiecare 31 855 de români, un post de radio pentru fiecare 214 953 de români şi o publicaţie pentru fiecare 15 333. Formele mass-media participative, aşa cum sugerează Wasko şi Mosco (1992) şi alţii, sunt greu de realizat.

Totuşi, dintr-o altă perspectivă, definirea termenului „participativ" ca nivelul cel mai larg posibil al reprezentării sociale în mass-media poate califica România (poate şi alte ţări din Europa Centrală şi de Est) ca fiind mult mai aproape de ideal decât orice ţară occidentală democratică – cel puţin pentru moment. Motivul îl reprezintă pregătirea profesională, impresionant de diversă, a numărului copleşitor de jurnalişti (peste 90%) care au optat pentru mass-media după 1989 : ingineri, sociologi, psihologi, antropologi, profesori, lingvişti, scriitori, avocaţi, studenţi şi muncitori. Puţini au o experienţă jurnalistică oarecare, lăsând la o parte educaţia, şi ei nu sunt legaţi de o cultură jurnalistică stabilă în nici un mod sau formă.

Referitor la noţiunea de „mass-media alternative", sugerată de Wasko, Mosco şi alţii (1992) se naşte întrebarea : alternative la ce ? Alternative la mass-media informative pre-profesionale lipsesc într-adevăr. Ele vor apărea în timp. Dar într-o naţiune unde cetăţenii pot cumpăra *România Mare*, publicaţie de tip fascist, sau *Tribuna Socialistă*, promovând interesele socialiştilor/comuniştilor, sau publicaţia deţinută de Guvern, *Vocea României*, sau cea

monarhistă, *România Liberă*, sau alte ziare acoperind întreg spectrul socio-politic, inclusiv presa etnică, a vorbi despre „mass-media alternative” pare deplasat.

Există mai multe motive pentru a ne îndrepta atenţia către mai mica diversitate de alternative şi de proprietari în domeniul audio-vizual. Unii văd aria mai restrânsă de alternative şi proprietari în audiovizual ca pe o strategie intenţionată a coaliţiei la conducere de a controla, dacă nu a monopoliza acest domeniu (Lăzescu, aprilie 1995). Totuşi, dată fiind dezvoltarea rapidă a ceea ce poate constitui concurenţa TVR în 1995-1996, cercetătorii sunt încă interesaţi de evoluţia televiziunii, de semnificaţia şi efectele sale, de natura şi rolul său în societate.

II. Sistemul – legi, control şi manipulare

Controlul Guvernului, statului şi Partidului Comunist Român asupra presei a luat sfârşit pe 22 decembrie 1989. Ceea ce a urmat în primii şase ani de după revoluţie au fost diferite încercări de manipulare a mass-media, a politicii mass-media, a jurnaliştilor şi conţinuturilor mass-media, demersuri de discreditare a presei (facilitate de chiar pre-profesionalismul presei), ca şi presiuni economice şi legislative. Aceste încercări directe şi indirecte au fost regizate de cele trei guverne care au deţinut puterea în 1990-1996, de agenţii guvernamentale, de aparatul de stat format mai mult sau mai puţin din aceiaşi oameni care au avut puterea înainte de 1989, de partidele politice, de politicieni şi de proprietarii mass-media.

Legea – nevoia de legi noi, non-comuniste, care să se adreseze noilor mass-media sistemice, structurilor şi funcţiilor sociale şi politice a fost în parte satisfăcută în perioada 1990-1996 în România. Din 1990, au fost adoptate două legi majore afectând audiovi-zualul : Legea Audiovizualului şi Legea Radioului şi Televiziunii Publice. Au existat încercări eşuate de a vota alte două legi, o lege

a presei şi un nou Cod penal vizând atât mass-media tipărite, cât şi pe cele audiovizuale. În plus, legile referitoare la „secretele de stat” şi „secretele de serviciu” au un efect dăunător asupra dezvoltării surselor guvernamentale sau a altor surse de informaţii şi asupra accesului general la informaţie.

- O nouă lege a audiovizualului a fost adoptată în 1992 şi împreună cu CNA, pe care l-a creat, supraveghează acordarea licenţelor de difuzare pentru radio şi televiziune şi proiectează regulamentele de difuzare. Această lege a generat o controversă imediată (Gross, 1996, capitolul 3). CNA a cunoscut câteva schimbări de componenţă, dar conflictele create datorită înclinaţiilor sale politice, calificărilor profesionale ale membrilor şi preferinţelor lor politice în favoarea Guvernului şi preşedintelui actual, datorită procesului de numire politizat, a modului de operare în acordarea licenţelor, a reglementărilor sale privind publicitatea, tratarea alegerilor şi multe alte probleme legate de activitatea audiovizualului au continuat de-a lungul lui 1995 şi în anul electoral 1996 (Sultănoiu, 3 martie 1996). În septembrie 1995, CNA a impus TVR sistarea transmiterii unui program de limbă română („Săptămâna la zi”) produs de BBC World Service (Vasilescu, 15-21 septembrie 1995). Indiferent de ce s-a făcut sau nu vinovat CNA în 1992-1995, şi nu este nici o îndoială că s-a făcut vinovat de lipsă de profesionalism, de manipulare, favoritism şi alte acţiuni dăunătoare dezvoltării audiovizualului independent, acţiunile sale din decembrie 1995 au schimbat şi au promis alte modificări ulterioare ale domeniului. Pe 5 decembrie 1995, CNA a făcut publice două hotărâri cu impact pe termen lung : Hotărârea 164 permiţând posturilor de televiziune să se afilieze şi să creeze reţele, şi Hotărârea 165 făcând posibilă, pentru posturile de televiziune, obţinerea licenţelor de difuzare naţională prin satelit – oferind aproape instantaneu o potenţială concurenţă pentru TVR.

- Dispoziţiile Legii Radioului şi Televiziunii Publice, adoptată în 1994, nu erau încă puse în aplicare la începutul lui 1996, începând cu numirea Consiliilor de Administraţie şi cu regulile organizaţionale şi funcţionale ale ceea ce se presupune că sunt posturile de radio şi televiziune publice, numirea consiliilor care se ocupă de grilele de programe şi de aplicarea altor aspecte ale Legii 41 (Alexandru, 27 martie 1996 ; Alexandrescu, 27 martie 1996 ; Lupea şi Brumariu, 19 martie 1996).

  Rezultatul acestui eşec de a adera la noua lege a fost o televiziune publică nu doar condusă arbitrar, ci şi, ca urmare, supusă diverselor manipulări politice directe şi indirecte ale puterii. De pildă, raportul Departamentului de Stat al SUA în privinţa drepturilor omului (6 martie 1996) concluzionează că amânarea punerii în aplicare a dispoziţiilor noii legi a conferit Parlamentului o capacitate neobişnuită de control asupra televiziunii, deja acuzată de părtinire în favoarea puterii politice conducătoare (Mihai, 26 martie 1996). Această acuzaţie este sprijinită cel puţin în parte de rezultatele unor cercetări şi analize de conţinut realizate asupra programelor TVR, Tele7abc şi Antena 1 în perioada noiembrie 1995-ianuarie 1996, de Centrul Independent pentru Studii Sociale (raportul nr. 6).

  În februarie 1996, Alianţa Civică a anunţat că va da în judecată TVR deoarece (1) funcţionează ilegal în absenţa unui Consiliu de Administraţie şi a preşedintelui acestuia, (2) deciziile luate de la data de 18 august 1994 sunt ilegale şi (3) nu există un contract încheiat între TVR şi abonaţii săi.

  Nici Radio România nu a dus-o mai bine, în ciuda numirii unui nou grup managerial instalat pe 4 octombrie 1995 şi a numirii lui Tudor Cătineanu ca şef al acestuia, înlocuind conducerea orientată profesional a lui Paul Grigoriu (1994-1995) şi Eugen Preda (1990-1994). Ionescu (29 decembrie 1995) scrie că numirea lui Cătineanu ar putea periclita politica Preda – Grigoriu care viza „calităţile profesionale ale jurnaliştilor

mai presus de angajarea politică” şi tratamentul echilibrat al evenimentelor curente. Numirea lui Cătineanu ar putea indica o „recrudescenţă a polarizării de tip vechi”, care ar putea pune în pericol „realizările indiscutabile ale predecesorilor săi în privinţa jurnalismului independent”.

Manipularea şi sistemul politic tovărăşesc domină încă radioul şi televiziunea publice, totuşi, proliferarea posturilor face mai dificil controlul difuzării şi, în acelaşi timp, deschide calea unei arii mai largi de vederi şi capacităţii de a le exprima. Aceasta în pofida unor argumente (încă neconfirmate) care afirmă că majoritatea proprietarilor de posturi de radio şi televiziune simpatizează cu partidul şi preşedintele la conducere în prezent. Rezumând continua manipulare şi încercările de manipulare, Jane Perlez (8 iunie 1995) scrie, în *The New York Times* : „…într-o societate care a fost învăţată să tacă în epoca lui Ceauşescu, înflorirea recentă a talk-show-urilor radio a fost surprinzătoare… Show-ul Radio Total «Câinele de pază» a prezentat recent doi reporteri din presa scrisă cu documente despre corupţia din Departamentul Vămilor. Spre uimirea reporterilor, unul dintre cei care au telefonat a fost un funcţionar al departamentului care dorea un sfat despre cum să facă faţă tentaţiei”. Pe scurt, în România, nici un partid sau o persoană nu mai deţine monopolul televiziunii naţionale sau al altor resurse mass-media, deşi încercările de control şi de manipulare vor continua. De exemplu, într-o situaţie cumva bizară de la începutul lunii mai 1996, Adrian Năstase, unul din liderii PDSR (Partidul Democraţiei Sociale din România) şi preşedinte al Parlamentului României, a anunţat că partidul său va cere CNA să reexamineze decizia sa de a permite posturilor de radio să transmită programul în limba română al BBC, având o poziţie declarată împotriva PDSR.

Nici un fel de control sau manipulare existente, reale sau imaginare exercitate de PDSR, preşedintele Ion Iliescu sau

Guvernul său nu au fost suficiente pentru a explica *singure*, cum se pretinde atât de des, succesul lor în alegerile din 1990 şi 1992 – aşa cum controlul lui Silvio Berlusconi şi Gianfranco Fini ar putea explica victoria lor în alegerile italiene din 1994 (Statham, 1996).

- O nouă lege a presei – Câteva versiuni ale unei noi legi a presei au fost propuse de membrii Parlamentului şi de Guvern între 1990 şi 1994. Nici una dintre propuneri nu a supravieţuit opoziţiei parlamentare şi non-parlamentare faţă de conţinutul acestora şi chiar faţă de însăşi ideea de a avea o lege a presei, una care este, în definitiv, o tradiţie europeană. În România, cererea pentru o lege a presei, văzută de cei mai mulţi jurnalişti ca un preludiu la reîntoarcerea restricţiilor şi a cenzurii (Ştefănescu, 3-4 aprilie 1993) are două motive principale: (a) libertatea presei este considerată periculoasă în afara cazului când este strict controlată. Nu doar politicienii şi funcţionarii guvernamentali, ci şi românii de rând sprijină o lege a presei, înţelegând prea puţin sau apreciind rolul mass-media libere într-o societate deschisă şi (b) jungla profesională, care permite ca orice şi totul să fie transmis prin mass-media respectând puţine reguli etice operante, încurajează ideea că legea poate reglementa comportamentul profesional etic în locul profesionalizării şi al valorilor sociale general acceptate.
  Intrând în primul trimestru al lui 1996, România nu a adoptat încă o lege a presei şi, aşa cum afirmă Coman (22-28 martie 1996), „Pentru moment se pare că toată lumea împărtăşeşte gândul (sau se resemnează cu el) că este posibil să se trăiască fără o lege a presei”. Dacă problema legii presei va fi revizuită sau nu depinde în mare măsură de politică, dar şi de viteza şi natura profesionalizării şi maturizării jurnalismului şi de stabilirea unor reguli etice universal acceptate şi aplicate.

Câteva organizaţii profesionale şi instituţii mass-media au adoptat coduri etice. Unele dintre aceste organizaţii s-au coalizat în 1991 („Ziariştii îşi apără…”, 5 martie 1991) şi au căzut de acord asupra unui cod etic. Rezultatul acestuia este descris cel mai bine de Coman (22-28 martie 1996), care scrie : „Nu sunt semne că el [codul] s-a respectat sau că respectarea lui a constituit o preocupare pentru asociaţiile profesionale sau pentru liderii instituţiilor de presă”.

World Press Review (IPI Report, noiembrie/decembrie 1995) relatează că „Printre evoluţiile pozitive ale mass-media în acest an a fost înfiinţarea primei Fundaţii a Tinerilor Jurnalişti… pentru a încuraja standardele etice în jurnalism şi practicile democratice în general”.

Fără îndoială, acest lucru se poate dovedi a fi un pas pozitiv pentru viitorul jurnalismului românesc, dar numai dacă tinerii jurnalişti vor fi în măsură să influenţeze profesiunea şi societatea în mai multe feluri decât au dorit să le schimbe confraţii lor mai vârstnici din 1989.

Nu există o lege a presei, dar nu există nici o lege care să garanteze accesul la informaţie – garanţii de acces la „orice tip de informaţie publică” sunt acordate tuturor românilor în Articolul 31 al Constituţiei post-comuniste din 1991. Din 1990, s-au efectuat câteva încercări de a stabili o garanţie legală pentru accesul jurnalistic la informaţie şi la toate întâlnirile/conferinţele guvernamentale. Nici una nu a avut succes. O lege cu privire la dreptul de informare a fost discutată în şi în afara Parlamentului, în 1996. Între timp, jurnaliştii luptă împotriva limitărilor directe, dar şi mai subtile ale accesului lor la tratarea informaţiilor despre Guvern şi Parlament, de exemplu birourile de presă şi purtătorii de cuvânt interpuşi între ei şi politicieni, funcţionari guvernamentali şi întâlnirile lor oficiale (Hriban, 5 martie 1996).

Îngheţând în mod egal libertatea presei, Legea Siguranţei Naţionale, din 29 iulie 1992, defineşte „secretele de stat" şi „securitatea naţională" în termeni atât de ambigui, încât oferă puterii o justificare potenţială pentru a ameninţa jurnaliştii cu sancţiuni legale, în mod arbitrar, dacă scriu, să spunem, despre o afacere cu cereale făcută de Guvernul român, despre corupţia în rândurile funcţionarilor guvernamentali etc. Legea are ca efect descurajarea potenţialelor surse care ar dori să discute cu jurnaliştii şi, posibil, descurajarea acestora din urmă în a publica orice, mai puţin materiale non-conflictuale şi non-critice.

- Un nou Cod penal – preşedintele Parlamentului român, Adrian Năstase, este de părere[4] că amendamentele şi adăugirile la Codul penal, respinse de Camera Deputaţilor în noiembrie 1995, sunt la bază întemeiate şi acceptabile. Aceasta este versiunea noului Cod penal care a plictisit observatorii români şi străini ai evoluţiei democraţiei şi mass-media din România şi care l-a îndemnat pe Robert Menard (27 septembrie-3 octombrie 1995), director al Reporters Sans Frontières din Paris, să-i adreseze o scrisoare deschisă preşedintelui Ion Iliescu, cerându-i să respingă „articolele 205, 206 şi 239 din Codul penal, în spiritul protejării regulilor elementare ale libertăţii presei". Dezbaterea cu privire la un nou Cod penal a început în 1993. Vechiul Cod penal comunist este încă în vigoare, deşi cu modificările operate în 1991 (Legea 61), pentru a reflecta eliminarea regimului comunist. Protestele vehemente interne şi externe împotriva unei versiuni a unui Cod penal revizuit l-au trecut pe planul doi, când Camera Deputaţilor a respins amendamentele propriei Comisii Juridice, în 1994, după ce Senatul aprobase o versiune similară. Camera a revăzut apoi subiectul la mijlocul lui septembrie 1995 şi, după alte presiuni interne şi externe şi un memorandum semnat de 123 de deputaţi care cereau

reexaminarea articolelor propuse care afectează jurnaliştii, a votat, pe 24 octombrie, eliminarea oricărei pedepse speciale pentru jurnalişti şi mass-media. În luna noiembrie, Camera a respins iar noul Cod penal, iar subiectul nu va mai fi readus în discuţie până după alegerile prezidenţiale şi parlamentare din toamna lui 1996.

Când tema va fi luată din nou în considerare de Parlament, în afara cazului în care există o schimbare drastică în aspectul acestui corp legislativ, nici o modificare semnificativă la amendamentele deja propuse nu este de aşteptat, aşa cum sugerează aprecierea amendamentelor făcută de Adrian Năstase.

Există şapte articole în Codul penal propus care afectează direct munca jurnaliştilor : articolele 168, 205, 206, 236, 238 şi 239. Chiar şi fără pedepsele speciale specificate pentru jurnaliştii găsiţi vinovaţi de „defăimare”, „insultă” sau „ameninţări”, ultima versiune a Codului penal discutată de Parlament, un punct de pornire pentru viitoare dezbateri, oferă o protecţie exagerată politicienilor, funcţionarilor guvernamentali şi altor funcţionari publici. Ea poate „îngheţa orice articol care ar constata eşecul sau vinovăţia statului şi Guvernului prin prisma unuia sau mai multor membri” (Gross, 1996).

De exemplu, articolul 168 pedepseşte pe oricine distribuie „*ştiri*, *date* sau informaţii false… dacă faptele incluse sunt de natură să aducă atingere *securităţii statului* sau *relaţiilor internaţionale ale României* (sublinierea ne aparţine)”. Nici un fel de ştiri sau date despre relaţiile internaţionale, distribuite prin mass-media ? Mai mult, termenul „relaţii internaţionale” poate include orice, de la o afacere cu cereale, la un nou acord diplomatic cu Rusia, iar „securitatea statului”, în opoziţie cu securitatea naţională, constituie un mare avantaj pentru cei tentaţi să reducă presa la tăcere, oferind o cale de a da în judecată jurnaliştii/mass-media pentru „orice articol publicat,

legat de structura şi autoritatea statului” (Gross, 1996). Într-o naţiune care nu are încă un legislativ independent, ameninţarea unor asemenea procese, pe baza articolului 168, este una de rău augur.

Această ameninţare este dublată de articolul 238, care ameninţă prin sentinţe cu închisoarea pe oricine lezează onoarea sau ameninţă funcţionarii publici, de la preşedinte în jos, inclusiv membrii legislativului, armatei şi poliţiei, „în legătură cu activitatea acelei persoane” şi este „pasibil de ofensă adusă autorităţii…”. Conform acestui articol, orice jurnalist care critică acţiunile unui funcţionar public, afirmaţiile sale, politica sa etc. poate fi dat în judecată. Articolul 239 sprijină intenţia de a ţine în frâu criticarea funcţionarilor publici, prin interzicerea „insultelor, calomniei sau ameninţărilor” împotriva lor, în timp ce îndeplinesc o funcţie care implică exercitarea autorităţii statului. Nu se precizează însă ce anume constituie insultă sau ameninţare şi, „la fel de semnificativ este faptul că «insultele» au aceeaşi greutate legală ca şi «defăimarea»” (Gross, 1996).

Libertatea presei de limbă străină a minorităţilor conlocuitoare (maghiară, germană, ţigănească sau rromă, bulgară, rusă, sârbă) va fi de asemenea în pericol sau, cel puţin, obligată la o minimă autocenzură prin articolul 236. Printre alte dispoziţii, el stipulează sentinţe cu închisoarea pentru „defăimare publică prin orice mijloace a ţării sau a *naţiunii române* (subliniere adăugată)…”. Interpretate subiectiv, aceste dispoziţii înseamnă că orice critică la adresa celor care guvernează, reprezentând „naţiunea română”, constituie defăimare a ţării sau a naţiunii. Cu sau fără sancţiuni speciale împotriva jurnaliştilor introduse într-un Cod penal, codul propus, acum doar latent în Parlament, ne ajută să înţelegem mentalităţile şi interesele politice dominante în Guvern şi în cercurile parlamentare.

Dacă amendamentele deja propuse la Codul penal sunt adoptate, chiar cu ameliorări, Codul va legitima existenţa unei clase sociale speciale, indivizi exoneraţi de responsabilitate publică, şi astfel va restrânge drastic libertatea presei. Observatorii români şi străini ai scenei mass-media şi ai dezvoltării naţiunii monitorizează de asemenea evoluţia unui proces de defăimare împotriva a doi jurnalişti de la *Ziua*, în 1995, directorul Sorin Roşca Stănescu şi reporterul Tana Ardeleanu. Ei au publicat articole afirmând că preşedintele Iliescu a lucrat pentru KGB în timpul studenţiei sale la Moscova, în anii ’50. Cel puţin pentru viitorul apropiat, acesta este un caz cu valoare de test, care va stabili tonul şi substanţa pentru modul în care articolele despre defăimare relevante ale Codului penal (cel vechi, cu amendamentele din 1991) sunt interpretate, presiunile politice care pot fi exercitate cu succes asupra legislativului şi testul adevărului şi al importanţei sale ca apărare.

Legile, sau alte creaţii directe precum CNA, n-au reprezentat singura cale prin care s-au făcut încercări de a controla şi manipula sau intimida mass-media şi jurnaliştii. Alte moduri de manipulare/control/intimidare încercate şi realizate au fost vizibile în perioada 1990-1996 :

1. Ignorarea sau lipsa de răspuns la poziţia presei faţă de temele conflictuale majore şi faţă de acelea implicând corupţia şi încălcarea legii de către funcţionarii Guvernului. Aceasta transmite către audienţă mesajul subtil că mass-media nu are nici o putere, nici o influenţă. În acelaşi timp, birourile de presă şi de *public relations* au răsărit în armată, poliţie, justiţie, Parlament şi principalele birouri guvernamentale, ca şi în sectorul non-guvernamental, privat : acest fapt a sporit importanţa imaginii instituţiilor publice, precum şi funcţia de *gatekeeper* a acestor birouri. Se poate afirma de asemenea că opinia publică

dobândeşte în mod sensibil o importanţă din ce în ce mai mare şi poate fi un semn că societatea se deschide şi oferă mai multor indivizi şi grupuri o voce – nu contează cât de puţin sonoră sau chiar nesemnificativă în acest stadiu.

2. Defăimarea directă a mass-media independente la fiecare pas – acţiune înlesnită de pre-profesionalismul său. Directorul ziarului *Adevărul*, Dumitru Tinu, este citat în *World Press Freedom Review* (IPI Report, noiembrie-decembrie 1995) spunând : „Presa nu poate fi liberă fiindcă cercurile puterii sunt încă prizonierele unei mentalităţi trecute… De trei ori pe zi, un ministru, un funcţionar al statului sau preşedintele Iliescu însuşi acuză presa".

3. Încercări stângace de intimidare a jurnaliştilor şi mass-media au început în 1990, cu scandalurile minerilor în Bucureşti. În ciuda statutului lor de străini de oraş, unii mineri n-au avut probleme în a se descurca în Bucureşti şi a ochi redacţiile ziarelor independente şi chiar locuinţele directorilor şi jurnaliştilor[5]. În perioada 1990-1995, au fost relatate incidente de intimidare fizică sau verbală. De pildă, în 1994, doi jurnalişti de la *Jurnalul Naţional* au fost ameninţaţi şi s-a solicitat oficial protecţia Amnesty International (AM Press, 14 mai 1994) ; în 1995, doi agenţi ai Serviciului Român de Informaţii (vechea Securitate, reorganizată şi rebotezată) au fost surprinşi filmând doi jurnalişti români, Tana Ardeleanu de la *Ziua*, şi George Scutaru de la agenţia de presă Mediafax. Amândoi lucrau la articole despre presupusa colaborare a preşedintelui Ion Iliescu cu KGB. Paranoia cultivată adânc în perioada comunistă, mentalităţile „conducătorilor" şi „conduşilor" din acea perioadă (şi dinainte) şi o cultură generală, socială şi profesională dominată de egoism, insecuritate, fatalism, de dorinţa de ascensiune socială, impresia că doar cine deţine puterea poate progresa sau cel puţin supravieţui sunt încă utilizate în scopuri de manipulare, dacă nu chiar de control.

4. O altă armă folosită cu abilitate, dar cu mai puţin succes în lupta pentru manipulare şi/sau control, este cea economică, de exemplu, disponibilitatea şi costul hârtiei de ziar, a reţelelor de tipărire şi distribuţie şi natura şi nivelurile de impozitare.
   Producerea hârtiei de ziar este încă monopol de stat în România şi, astfel, nivelul producţiei, distribuţia şi preţurile pot fi utilizate pentru a micşora sau mări presiunea exercitată asupra presei scrise.
   Costurile hârtiei au crescut din 1990 datorită liberalizării preţurilor, a inflaţiei care a atins aproape 300%, în 1993 (27,8%, în 1995) şi a creşterii preţurilor de către monopolul de stat al fabricării hârtiei. Membrii comunităţii mass-media tipărite au simţit că aceste salturi au fost, cel puţin în parte, artificiale. Istoria creşterii preţului la hârtia de ziar din 1990 încoace arată (vezi tabelul 1) o mărire de aproape 2 000%, în primăvara lui 1996.
   Principalul producător de hârtie, Letea SA, şi-a închis una din secţiile de hârtie de ziar pe 7 ianuarie 1996, pentru un proiect de modernizare de 25 de milioane de dolari, pe o durată de trei luni. Prim-ministrul Nicolae Văcăroiu a precizat[6] că planul de modernizare a producţiei de hârtie de ziar dura deja de doi ani. Reutilarea „va mări capacitatea de producţie", permiţând companiei să satisfacă cererea din România şi „chiar să permită exportul", a afirmat el. Totuşi, s-a zvonit o nouă creştere de preţuri pentru primăvara/vara lui 1996.

Tabelul 1 – *Preţurile hârtiei de ziar*

1990 (ian.)	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	14 000*	70 000	120 000	450 000	1 000 000	2 600 000

* lei pe tonă

În perioada 1990-1996, protestele îndreptate spre Guvern şi întâlnirile cu preşedintele Ion Iliescu şi (în 1994-1995), cu prim-ministrul Nicolae Văcăroiu pentru discutarea problemei hârtiei de ziar nu au rezolvat nimic. În ciuda crizei de hârtie şi a absenţei concurenţei în domeniul producţiei, au fost impuse taxe vamale pe importul de hârtie. Cei mai mulţi directori/editori au afirmat că aceste taxe nu sunt necesare şi sunt contraproductive într-un moment când, după părerea lor, ar trebui stabilite condiţii speciale de import. Cu toate acestea, cele mai multe ziare reuşesc să se aprovizioneze din exterior[7], cu un cost suplimentar şi doar după ce obţin o licenţă de import de la Ministerul Comerţului. În 1995, a fost aprobată o scutire de taxe pentru importul hârtiei de ziar, reducând într-o oarecare măsură cheltuielile publicaţiilor.

Directorii ziarelor cotidiene şi săptămânale spun că au trebuit să reducă numărul de pagini, să scadă tirajele şi să crească preţul publicaţiilor din cauza crizei de hârtie. Acest lucru este fără îndoială adevărat – cel puţin în parte. Reducerea tirajelor se datorează de asemenea nivelurilor mai scăzute de credibilitate pe care presa le-a obţinut la sfârşitul anului 1990 (Gross, 1996), concentrării interesului audienţei pe supravieţuirea economică, pe reuşita într-o societate non-comunistă şi pe varietatea de distracţii şi divertisment.

Distribuţia ziarelor este încă realizată în principal de RODIPET, o companie de stat care a preluat reţeaua de distribuţie de la PTTR în a doua jumătate a lui 1990. Monopolul ei a fost spart de-a lungul primilor şase ani post-revoluţionari de reţele de distribuţie private, înfiinţate de ziare independente, de la un cotidian naţional ca *România liberă*, la ziare locale/regionale de limbă română şi maghiară, precum *Bihari Naplo*. Presa locală/regională în particular s-a putut dispensa de serviciile RODIPET.

RODIPET pretinde un comision de 35% din vânzări, distribuitorii particulari între 20 şi 25% (Armeanu, 24-25 februarie, 1996).

Monopolul de stat asupra echipamentelor de tipărire a fost şi el lichidat. Ziare naţionale precum *Cotidianul* şi *România liberă*, ca

şi ziare locale/regionale ca *Renaşterea Bănăţeană* sau *Monitorul de Iaşi* au propriile tipografii. Nu există date statistice care să indice procentele de publicaţii încă tipărite în tipografii de stat şi în cele nou-înfiinţate, particulare. Totuşi, costurile de tipărire rămân ridicate, conform declaraţiilor directorilor de ziare naţionale şi locale/regionale[8].

De asemenea, audiovizualul a trebuit să facă faţă costurilor de transmisie tot mai mari. De exemplu, în 1994, PTTR impunea posturilor de radio o taxă pe minut şi pe kilometru : pe o rază între 0 şi 100 de kilometri, fiecare minut costa 750 de lei plus 5 lei/km ; pe o rază mai mare de 100 de kilometri, fiecare minut costa 750 de lei plus 2,5 lei/km.

Economia ca întreg, a cărei privatizare a fost amânată până în 1995/1996, poartă de asemenea principala vină pentru starea precară a mass-media. Economia a afectat achiziţionarea de aparate de radio şi televizoare – există un televizor şi un radio pentru fiecare 4,6 şi, respectiv, 7,1 români (Caluschi, februarie 1995). Ea a afectat de asemenea, aşa cum am sugerat deja, tirajul ziarelor şi, în general, dezvoltarea noilor întreprinderi comerciale care se ocupă cu publicitatea şi capacitatea lor de a-şi permite costuri ridicate pentru aceasta. Preţurile pentru reclamă impuse de ziare – până la 1.800-5.600 de dolari pe pagină în ziarele naţionale – nu sunt eficiente, date fiind tirajele reduse. Publicitatea în radio, conform Caluschi (februarie, 1995), este neglijabilă, iar publicitatea la posturile de televiziune naţionale/cvasinaţionale este inaccesibilă pentru majoritatea noilor companii româneşti. Caluschi (februarie 1995) scrie : „În ceea ce priveşte publicitatea televizată, numai companiile mari – cu capital străin sau *joint-venture*… îşi pot permite să plătească taxele mari pe care le cer agenţiile TV. Asemenea companii precum Coca-Cola, Pepsi-Cola, Computerland, Samsung şi Procter & Gamble acoperă bine piaţa românească, lansând campanii de publicitate excelente pentru a surprinde şi copleşi consumatorii…”.

Presiunile economice impuse de o economie în dezvoltare şi acelea create de un anumit segment guvernamental printr-o diversitate de impozite sau prin politica mass-media vor continua să ridice probleme pentru mass-media româneşti. Totuşi, nici una dintre aceste presiuni nu a blocat existenţa unor mass-media pluraliste şi nu le-a împiedicat dezvoltarea : ziarele apar şi dispar, tirajele sunt mult mai reduse (dar motivele economice reprezintă doar o parte a problemei), se înfiinţează noi posturi de radio şi televiziune. Abundenţa mass-media ţine de raţiuni comerciale, socio-politice, de politici personale. Ele nu constituie marele sistem comercial pe care Splichal şi alţii (1994a) îl văd ca fiind înfiinţat în Europa Centrală şi de Est de la căderea comunismului.

Şi, aş argumenta eu, nu se poate considera că mass-media româneşti ar constitui un sistem paternalist indus de stat/Guvern – de fapt, mult mai puţin decât ar tinde spre comercial. Aceasta nu înseamnă că paternalismul complet sau cel puţin cooptarea mass-media şi a jurnaliştilor nu au fost încercate, dar cu un succes limitat, variabil, uneori cu un eşec total. Totuşi, paternalisme de alte tipuri există – cel socio-cultural, de exemplu, paternalismul mentalităţilor ce urmează să fie schimbate şi al bagajului cultural moştenit din perioada comunistă.

Nu există un control guvernamental asupra mass-media – singurele excepţii consacrate fiind TVR şi radioul public. Statul şi/sau Guvernul au acordat facilităţi privind accesul şi preţurile la echipamentele de tipărire, distribuirea hârtiei de ziar şi a ziarelor, a licenţelor şi frecvenţelor, pentru a încerca să creeze un sistem paternalist cu mai mult sau mai puţin succes. Mai mult, politica mass-media utilizată pentru a controla evoluţia audiovizualului s-a dovedit eficientă doar pe termen scurt şi în mod fortuit şi, în sfârşit, a accentuat deopotrivă dinamica domeniului mass-media şi a societăţii, ca şi presiunile străine. Este de remarcat acordarea licenţelor pentru satelit pentru trei posturi de televiziune, permiţându-le să devină naţionale şi să concureze TVR. (Ce efect vor

avea asupra TVR ?) În sfârşit, legile restrictive şi ameninţătoare nu au reuşit să se impună – mărturie stă eşecul legii presei şi al propunerilor pentru noul Cod penal – în timp ce alte legi generează restricţii şi un efect de îngheţare asupra jurnalismului (de exemplu, legea secretelor de stat, legea secretului de serviciu). Mai mult succes au avut maşinaţiile din jurul accesului la informaţie şi rezistenţa în faţa oferirii de garanţii legale pentru accesul la informaţie şi protecţia jurnaliştilor, ca şi manipularea TVR şi de către TVR în favoarea puterii şi contribuţia la scăderea credibilităţii presei.

În ansamblu, controlul şi manipularea exercitate cu succes asupra mass-media din România, în 1990-1996, pot fi considerate o parte a frământării unei tranziţii de la comunism spre democraţie, a luptei pentru putere şi a emergenţei lente a unei societăţi civile angajate în lupta decisivă dintre forţele liberalismului şi autoritarismul de dreapta sau de stânga. Concentrarea pe formele de manipulare sau control încercate şi reuşite, aş spune, este mai puţin importantă în această perioadă de tranziţie decât faptul că există oportunitatea ca mass-media să li se opună deschis şi, cum s-a dovedit în 1990-1996, oportunitatea de a câştiga bătălii semnificative împotriva ambelor.

III. Jurnalism sau ceva asemănător

În primii ani postrevoluţionari, jurnalismul românesc nu a fost capabil să se despartă de „limbajul de lemn” (Thom, 1989) – cel puţin în structură – cultivat în perioada comunistă, şi nici de tendinţa spre mobilizare, prozelitism şi comentariu. Această tendinţă, caracteristică perioadelor pre-comunistă şi comunistă, a fost exprimată prin reflecţii super-intelectualizate şi printr-o strălucire împachetată în verbozitate.

Jurnalismul de după 1989 a reprezentat mai mult un exerciţiu de scriitură a comentariilor şi opiniilor decât de informare (Gross,

1996). El oferea informaţii de neverificat, deseori doar zvonuri, într-un mod partinic, incomplet şi dogmatic. Partizanatul politic clar a supravieţuit din 1990 până în 1993, când un proces lent de autoevaluare, învăţare şi exigenţele domeniilor profesional, social, politic, cultural şi economic în schimbare au dus la evoluţia de la amatorismul de rând şi jurnalismul post-comunist, la un pre-profesionalism care promitea o speranţă pentru viitor.

În 1996, aflat încă doar la începutul profesionalizării, jurnalismul românesc devine mult politizat. El rămâne de asemenea partizan mai mult sau mai puţin subtil, exprimând punctele de vedere ale celor ce scriu sau ale proprietarilor, adeseori oferind informaţii incomplete, neverificate, dogmatice şi neechilibrate. Mass-media informative, cu excepţia Televiziunii Române, „au încercat un minimum de neutralitate şi în mare măsură au dat greş. În acest proces, ele au devenit mai deschise şi mai orientate spre divertisment şi senzaţional” (Gross, 1996).

Un anume progres este vizibil : (a) jurnalismul economic mai calitativ, (b) diversitatea temelor şi subiectelor tratate, (c) opiniile deschise inserate în ştiri, diminuate atât ca număr, cât şi ca intenţii, (d) jurnalismul real cu un statut limitat, (e) un jurnalism de investigare notabil şi (f) scriitura însăşi de valoare. A existat de asemenea o tendinţă către sporirea accesului societăţii civile în formare la mass-media. Raportul din martie 1996 (*Monitorizarea reflectării*…) asupra modului în care este reflectată viaţa politică în şi de către trei posturi principale de televiziune arată că există „o creştere substanţială în mediatizarea organizaţiilor aparţinând societăţii civile”.

Totuşi, datorită jurnaliştilor, a directorilor de publicaţii, producătorilor, advertiserilor, politicienilor şi funcţionarilor guvernamentali, jurnalismul rămâne mai curând un instrument politic decât unul informaţional, perpetuând entuziasmul comunist pentru manipulare, şi nicidecum familiarizarea cu temele şi evenimentele zilei, o unealtă pentru control, mai degrabă decât pentru educare.

De exemplu, precizările Recomandării 1201 a Consiliului Europei în 1995[9] au fost vaste, dar „Dezbaterile au fost în general bazate mai degrabă pe sentimente decât pe fapte… din lipsa informaţiilor corecte, echilibrate la dispoziţia publicului" (Andreescu, 1995).

Un studiu al ziarelor naţionale de mare tiraj, realizat la sfârşitul lui 1995 de Agenţia de Monitorizare a Presei (sprijinită de National Endowment for Democracy, cu sediul în SUA), descrie o puternică tendinţă de partizanat în redactarea articolelor, ca şi în selectarea temelor prezentate, datorită lipsei unei etici profesionale universal acceptate şi restrictive şi, respectiv, gradului înalt de politizare. Ioan T. Morar şi Mircea Toma (1995), coordonatorii studiului, concluzionează : „Tendenţiozitatea este… numai unul din instrumentele de manipulare în serviciul jurnaliştilor. Dincolo de aceasta, selecţia informaţiilor ce urmează a fi prezentate în paginile ziarelor poate deveni un instrument de mare eficienţă al manipulării. Absenţa informaţiei relevante pentru o zonă de existenţă a societăţii sau – mult mai frecvent – legată de un anumit eveniment determină o percepţie deformată a realităţii".

Încă dominantă la nivel naţional, TVR este acuzată de dezinformarea publicului, de manipulare şi de faptul că are un efect anesteziant asupra telespectatorilor. Thomas Corothers (17 septembrie 1995), membru asociat la Carnegie Endowment for International Peace, descrie astfel ştirile TVR, într-un articol din *Washington Post* :

> Ştirile de seară pe canalul de stat au evoluat de la îngrozitoare, la doar proaste. Ele încep în mod invariabil cu scene de întâmpinare – Parlamentul primindu-l pe preşedintele Iliescu, preşedintele primind un ministru asiatic, preşedintele primit într-o altă capitală europeană de europoliticieni fără faţă. Omagiul slugarnic pentru Marele Conducător a lăsat loc unui minim de profesionalism, mult diluat cu respectul pentru punctul de vedere al Guvernului în orice subiect important. Imaginile sunt totul ; conţinutul şi implicaţiile reale ale evenimentelor politice nu sunt niciodată explorate.

O cale de manipulare, a cărei prezenţă a fost de asemenea identificată în presa tipărită, este „relativismul” importanţei evenimentelor selectate pentru transmiterea prin audiovizual. Antonesei scrie (1995) : „Urmărind programele de ştiri de la TVR, ai impresia că România este o ţară în care expoziţiile şi târgurile sunt deschise permanent şi se organizează permanent simpozioane. Între o grevă şi deschiderea expoziţiei unui pictor obscur, TVR o va alege întotdeauna pe a doua. De fapt, chiar s-a întâmplat la Iaşi, în octombrie trecut – studenţii erau în grevă generală, iar expoziţia aparţinea actualului ministru al Culturii”.

Unii observatori mass-media precum Antonesei (1995) afirmă că repercusiunea acestor dezinformări şi manipulări este „starea de infantilism civic şi politic…” în care românii sunt menţinuţi. Poate că se exagerează. Dar există suficiente dovezi pentru a arăta că, date fiind natura şi calitatea ştirilor, ca şi afinităţile între audienţe şi publicaţiile de acest gen, cei mai mulţi români au o cunoaştere deformată, foarte selectivă şi limitată a temelor şi evenimentelor zilnice şi de durată, care se petrec în interiorul şi în afara ţării. Şi, ca parte a demersului de manipulare-mobilizare, jurnalismul încearcă să aibă o funcţie de *agenda-setting* foarte politizată, aşa cum a arătat, printre alţii, Coman (1996).

Prin natura jurnalismului încă practicat, discursul public pe temele majore rămâne discordant. El este mai mult un meci de vociferări sau o desfăşurare de forţe conflictuale pentru un grup politic sau altul şi aderenţii săi, desfăşurat mai puţin pe baza informaţiilor şi faptelor, utilizând idei rigide, ambiţii, personalităţi, ideologii, politici şi capricii personale.

Se poate spune că acest jurnalism al punctelor de vedere, al diferitelor opinii politizate, al partizanatului reprezintă o societate deschisă. Dezavantajul acestui pluralism de opinii este că nu caută în mod necesar să extindă „aria de argumente”, aşa cum afirma Habermas (Navasky, 1995) că este necesar într-o societate deschisă. Acest lucru poate fi obţinut numai dacă audienţa se expune la o arie

largă de opinii, nu însă şi dacă audienţa optează pentru mass-media partinice. Mai curând, pluralismul românesc se bazează pe :

a. existenţa mass-media, a practicilor şi valorilor jurnalistice diverse şi

b. diversitatea concluziilor formulate de jurnalişti, cu o audienţă căreia nu i se cere să ajungă la nici o concluzie, ci doar să aleagă dintre acelea oferite şi să refuze expunerea la toate celelalte, în afară de cea pentru care îşi declară afinitatea.

O parte a problemei ţine de jurnalişti, o parte de audienţă şi o parte de politicieni. Jurnaliştii, aşa cum arată Coman (1996), se percep pe ei înşişi şi sunt percepuţi de audienţă ca o elită. Şi ei acţionează ca o elită, scrie Coman (1996), „Definindu-se ca o elită a societăţii post-totalitare, jurnaliştii îşi atribuie responsabilitatea, meritele şi chiar drepturile tuturor elitelor : exclusivitate în protejarea competenţelor, autonomia de acţiune, dreptul de a controla...”.

Pe de altă parte, politicienii, în ciuda declarării contrariului, văd jurnalismul/mass-media ca pe un lucru de manipulat, dacă nu chiar de controlat. Ei determină prea puţin schimbarea percepţiilor în rândul audienţei sau al mass-media, neîndeplinindu-şi sarcina de a contribui la re-educarea românilor şi la prestigiul unui jurnalism impetuos, profesionist, într-o societate deschisă.

Directorii majorităţii ziarelor, ca şi ai multor posturi de radio şi televiziune, suportă de asemenea responsabilitatea pentru natura mai puţin informativă a mass-media de după 1989. Alina Mungiu (1995), un observator subtil al scenei mass-media, scrie că, în parte, problema constă în identitatea directorilor şi a redactorilor. În ciuda faptului că 90% dintre jurnalişti sunt adaosuri post-revoluţionare în mass-media, ea observă că „marea majoritate a oamenilor cu putere de decizie în presă, directori şi redactori-şefi, sunt oameni care au lucrat cea mai mare parte a vieţii lor pentru presa comunistă. Acesta este unul din motivele principale pentru care presa română

şi-a asumat în mare măsură un rol persuasiv – uneori chiar unul de propagandă – în locul celui natural, de a informa publicul".

Există cinci probleme majore identificate în jurnalismul românesc :

1. absenţa unui simţ clar al valorilor aflate la baza discursului şi a discuţiilor pe care trebuie să le faciliteze şi să le realizeze în colectarea şi răspândirea informaţiilor ;
2. lipsa de respect faţă de audienţă ;
3. lipsa de respect faţă de informaţia verificabilă şi, în această privinţă, influenţa puternică a moştenirilor precomuniste, comuniste şi postcomuniste şi exigenţele frământării existente astăzi pe plan social, politic şi cultural ;
4. convingerea fermă printre jurnalişti că sunt mai degrabă descoperitorii adevărului decât doar furnizori de informaţie corectă, verificabilă, echilibrată şi completă pentru a ajuta audienţa să ajungă la adevăr ;
5. sentimentul, comun în cercurile jurnalistice americane, că jurnaliştii sunt lideri socio-politici şi culturali când, de fapt, ei sunt doar cei care facilitează conducerea, implicarea publicului, discursul, educaţia şi procesele democratice într-o şi pentru o societate deschisă.

Tipul de jurnalism „Îţi voi spune la ce să te gândeşti şi cum să gândeşti pentru că eu cunosc adevărul" nu este instructiv şi nici nu ajută la schimbarea mentalităţilor, la încurajarea unei audienţe care pune întrebări şi la înălţarea simplilor alegători la rangul de cetăţeni. Aceasta necesită informaţie de tipul celei sugerate de Lippmann (1927, 1965), şi nu doar o diversitate de opinii. Mai mult, necesită un tip special de informaţie, corectă, accesibilă, deoarece, aşa cum afirmă Revel (1991, 247), când informaţia cu care este alimentat publicul este falsă, „însuşi procesul luării deciziilor în mod democratic este falsificat".

Părtinirea jurnalistică, manipularea şi pre-profesionalismul general nu au reuşit să educe sau să informeze românii în această

perioadă de tranziţie. Părtinirea însăşi, politizarea excesivă, insulta, tratarea doctrinară şi încărcată de opinii a ştirilor, abordarea de tip „noi împotriva lor” pentru majoritatea temelor şi evenimentelor, ca şi modul de prezentare nu au reuşit să transmită audienţei prin exemple sau conţinuturi principiile şi practica de bază ale unei societăţi deschise, democratice : cinstea, toleranţa, respectul pentru punctele de vedere opuse, verificare şi echilibru, scepticismul sănătos, analizele şi concluziile informate, non-partizane. Deficienţele jurnalismului pot fi atribuite manipulării şi intimidării dinăuntrul şi din afara mass-media, lipsei de acces şi sprijin legal al acestuia, pre-profesionalismului general. Jurnalismul românesc în perioada 1990-1995 a acţionat mai mult ca un câine de atac decât ca unul de pază şi mai mult ca un avocat în opoziţie decât ca instrument informaţional/educaţional. În plus, cererea pieţei a obligat revenirea jurnalismului către genul tabloid, în căutarea senzaţionalului, lipsit de substanţă şi din ce în ce mai puţin relevant.

Pre-profesionalismul mass-media, manipularea încercată şi realizată a mass-media şi a jurnaliştilor săi, ignorarea intenţionată a descoperirilor din munca de investigare, uneori de bună credinţă, şi devalorizarea continuă a mass-media au avut un efect dezastruos asupra credibilităţii acesteia (Mungiu, 1995 ; Gross, 1996).

În 1996, câteva măsuri selective, autocorective au evoluat în jurnalismul tipărit şi difuzat la nivel naţional. Varietatea locală/regională a cunoscut de asemenea o îmbunătăţire minoră. Şi, în general, politizarea a depăşit partizanatul încă masiv, cu excepţia TVR, unde ambele decid produsul jurnalistic. Se poate afirma că evoluţia în sine sugerează valori profesionale împărtăşite aplicate în evaluarea informaţiilor, dacă nu chiar în prezentarea lor.

Poate că adevărata poveste este aceasta : oricât de nesemnificativă, o realizare rămâne, totuşi, un pas înainte. În definitiv, s-a aşteptat prea mult în urma decesului regimului comunist şi, în consecinţă, când îmbunătăţirea rapidă, radicală, nu s-a materializat, prea puţin a mai contat dacă se va mai petrece. Optimismul

înflăcărat al perioadei imediat următoare revoluţiei a fost la fel de nepotrivit ca şi pesimismul excesiv care a urmat. Este nevoie de timp pentru ca orice societate să se vindece şi apoi să evolueze şi acelaşi lucru poate fi spus pentru instituţiile ei, printre care mass-media şi jurnalismul lor.

Roluri, nevoi, expectaţii şi prescripţii nu prea înţelepte

Rolul jucat de mass-media post-revoluţionare în România şi jurnalismul pre-profesionist corespunzător practicat de ele explică dintr-o dată nevoile şi expectanţele într-o societate aspirând să devină mai deschisă şi mai democratică.

Până în ianuarie 1990, mass-media au reprezentat în principal o forţă pentru eliberarea naţională şi individuală, aşa cum am descris deja jurnalismul lor. Ele au fost de asemenea o forţă majoră în procesul de recuperare a istoriei României de dinainte şi de după 1947 şi a reconectării directe şi deschise a ţării la restul lumii. În sfârşit, dar nu mai puţin important, mass-media au simbolizat (a) decesul comunismului şi saltul brusc de la totalitarismul post-comunist la (cvasi-) pluralismul post-comunist, sărind peste stadiul autoritarist post-comunist pe care l-au tranzitat aliaţii Pactului de la Varşovia şi (b) o posibilă, dar incipientă societate civilă, prin diversitatea sa.

După ianuarie 1990, contractul social cu viaţă scurtă între Frontul Salvării Naţionale, nou înfiinţat, şi populaţie a fost abrogat[10], abrogarea lui fiind „formalizată” după alegerile din mai 1990. Mass-media au devenit imediat înalt politizate şi partizane, oglindind şi alimentând ceea ce a devenit, în absenţa unei societăţi civile, „o societate politică”, aşa cum Korbonski (1994) a descris Polonia după 1989. În acest punct, mass-media şi-au asumat roluri

non-media. Mungiu (1995) descrie mass-media ca fiind „…mai mult în 1990 şi mai puţin după, *dar continuu până astăzi* (s.n.), un substitut pentru toate structurile absente în societatea românească : pentru putere şi pentru opoziţie, pentru o clasă politică recentă (înfiinţată) şi cultivată, pentru un legislativ deseori slab şi ineficient, ca şi pentru organele investigatoare ezitante". Descrierea schiţată de Alina Mungiu este valabilă doar cu titlu general până în 1992-1993, când partizanatul mass-media a devenit cumva mai silenţios şi mai subtil, iar mass-media au devenit numai parţial un substitut pentru toate cele pentru care se pretinde a fi un substitut (în orice caz, fără succes) şi presa a intrat într-o fază în care i s-au adăugat următoarele roluri : a devenit mai populistă şi a oferit mai multe materiale senzaţionaliste şi de scandal şi s-a orientat către ştirile ca divertisment. Cea din urmă tendinţă constituie, poate, prima recunoaştere din partea mass-media a semnificaţiei opiniei publice şi a sprijinului pentru creşterea rolului presei în viaţa publică. În orice caz, mass-media nu au reuşit să îşi asume rolul educaţional, informativ şi deliberator existent în societăţile democratice stabile şi necesar în cele de tranziţie.

Într-o societate în tranziţie precum România, care nu a beneficiat de faza autoritaristă post-comunistă şi de prezenţa unei prese alternative sau *underground*, se pare că mass-media sunt purtate de vârtejul creat de căderea aproape perfectului stăvilar. Mass-media nu şi-au proiectat intenţionat rolurile şi raţiunea lor de a fi. Ele au fost pur şi simplu prinse în frământarea socială şi politică şi i-au răspuns acesteia, pilotate de directori şi redactori scoşi din rândurile jurnaliştilor de dinainte de 1989. La propensiunea lor spre propagandă şi prozelitism pentru acest război s-a adăugat nevoia percepută de a exprima în munca lor imaginea liderilor politici, sociali şi culturali. Forţa mass-media audiovizuale a fost *în plus* inhibată în tranziţie de către Guvernul la putere şi de cabinetul preşedintelui, aşa cum am precizat deja în secţiunea a II-a.

Pe scurt, începutul mass-media în 1990-1996 a reprezentat o forţă :

1. de divizare, mai curând decât de unitate (se poate argumenta că acesta a fost un proces necesar de selecţie, prin care societatea, ajutată de mass-media, a trebuit să sufere pentru a se redefini politic şi social, după o lungă perioadă de unitate artificială, forţată, ea însăşi ajutată de predecesorii noii mass-media). Mass-media au servit ca o forţă pentru identificarea şi separarea elitelor politice vechi, reformate, de cele noi, a elitelor socio-culturale de restul populaţiei şi, începând din 1993, a celor interesaţi de politică de cei interesaţi de senzaţional şi divertisment, a intelectualilor de muncitori şi, într-o anumită măsură, a majorităţii naţionale de minorităţile etnice ;
2. pentru introducerea vechilor şi noilor actori politici, a ideilor şi structurilor – mass-media nu au acţionat întotdeauna în mod direct, îndeplinind un rol informaţional şi educaţional clar, ci doar ca un element al polemicii sale politice. Acest proces a oglindit societatea politică prezentă, dar a şi facilitat neintenţionat procesul lent de reintroducere a societăţii civile, prezentând direct instituţiile non-guvernamentale nou formate şi indivizii dorind să înfiinţeze o varietate de noi asociaţii şi identificând implicit sau explicit poziţii şi idei sociale şi politice, sursele lor şi greutatea lor posibilă în noua lume socio-politică a României ;
3. pentru încurajarea, facilitarea şi apărarea luptei decisive dintre elitele vechi, noi şi în formare. În absenţa regulilor şi structurilor, mass-media au dat tonul şi au prescris natura competiţiilor politice ;
4. pentru facilitarea aspiraţiilor de carieră ale jurnaliştilor şi începutul reconstruirii procesului pentru profesiunea însăşi. Pe de o parte, mass-media au fost platforma de lansare a

„starurilor” şi, pe de altă parte, a dezbaterilor şi controverselor publice mediatizate cu privire la presă, au pus bazele unui proces de construire a profesiunii ;

5. pentru introducerea unei societăţi a pieţei libere – mass-media au jucat acest rol mai întâi prin includerea unei oferte (restrânse) de publicitate/reclame şi, apoi, furnizând informaţii economice. Acesta a fost, probabil, singurul domeniu în care mass-media au îndeplinit un rol educativ şi au ajutat direct procesul de tranziţie.

În timp ce societatea românească îşi consolidează structurile, regulile şi cultura socio-politică, mass-media vor fi în măsură să-şi proiecteze în mod deliberat rolurile.

În România trebuie să se impună mass-media profesioniste bazate pe informaţie, formând o a patra putere în stat şi parte a unui sistem de verificare şi echilibru ; mass-media ce vor încorpora în propriul profesionalism elementele unei societăţi deschise (toleranţă, cinste, obiectivitate etc.) şi, astfel, vor servi ca model pentru o societate în evoluţie, aşa cum sperăm cu toţii. Natura produsului jurnalistic este la fel de importantă ca şi pluralismul şi autonomizarea mass-media, primul fiind, la modul ideal, independent de celelalte două.

Mass-media româneşti trebuie să se profesionalizeze şi să-şi definească propriul ethos. Ele trebuie de asemenea să-şi proiecteze roluri definitive. Până în prezent, aşa cum am menţionat, aceste roluri nu au fost definite şi a dominat o abordare de tip „dincotro bate vântul”. În situaţiile în care mass-media au servit ca o forţă pozitivă, efectele nu au fost premeditate, ca urmare a pre-profesionalismului specialiştilor, mai degrabă instinctiv decât deliberat. Mass-media româneşti trebuie să îşi recâştige credibilitatea şi încrederea audienţei. În schimb, dacă încrederea şi credibilitatea nu sunt restabilite, cel puţin la nivelurile prezente în prima jumătate

a anului 1990, mass-media nu vor fi capabile să îndeplinească un rol salutar într-o societate deschisă.

Mass-media ideale într-o şi pentru o societate deschisă ar trebui să combine viziunile lui Lippmann (1927, 1965) şi Dewey (1927) : să ofere, pe de o parte, o varietate de opinii şi oportunitatea unei „adunări populare" şi, pe de altă parte, informaţii bazate pe fapte ; să fie autonome în cel mai înalt grad şi lipsite de mercantilism ; să implice pe toată lumea în jurnalismul lor şi, prin jurnalism, în autoguvernare. Dar acest lucru este mult prea idealist, o Nirvana locuită de cetăţeni ideali care se autoguvernează, afişând inteligenţă, raţiune, maturitate, educaţie, independenţă, interes în viaţa publică şi autoguvernare şi timp liber pentru a i se dedica. Mass-media ideale şi cetăţeni ideali nu există nici chiar în societatea deschisă, stabilă, democratică.

Nimeni nu a construit încă un proiect teoretic referitor la felul cum ar trebui să arate jurnalismul practic, raţional, şi ce rol ar trebui să joace mass-media într-o societate *în tranziţie*. Nici nu a arătat nimeni cum ar trebui să se desfăşoare tranziţia mass-media şi a jurnalismului de la forma lor comunistă la una care să ajute modificările sociale de amploarea celor existente în Europa Centrală şi de Est.

Câte faze se disting în această tranziţie paralelă şi care e natura lor ? Într-o societate non-totalitară, cum definim dinamismul social, politic şi economic la nivel macro şi care sunt rolul şi efectul la fiecare nivel al fiecărei instituţii, inclusiv al mass-media ? Nu există răspunsuri la aceste întrebări. În plus, în România, labirintul întreţesut al acestei societăţi cu elemente privind tranziţiile sociale şi ale mass-media[11] şi combinaţia dintre ele fac dificilă construirea unui model.

Deşi bine conceput, punctul de vedere al lui Jakubowicz (1995) despre domeniile vieţii sociale care afectează diferitele procese ale schimbărilor mass-media nu posedă cuprinderea, profunzimea, complexitatea de labirint necesare pentru a fi aplicat României.

Mai important, nu răspunde la problema centrală a cercetătorilor mass-media : care sunt efectele simultane ale mass-media şi ale jurnalismului lor, sau ce-ar trebui să fie ele, sau dacă pot exista în circumstanţele post-comuniste ale domeniilor vieţii sociale ?

Mai departe, schema lui Jakubowicz (1995), a „tendinţelor aşa cum este probabil să se întâmple în fiecare etapă" (el proiectează trei) poate fi mult prea înşelătoare pentru cazul României, chiar dacă în termeni generali ea ar putea fi aplicată şi altor foste ţări comuniste. În orice caz, este prea devreme să abordăm asemenea exerciţii. Ele se potrivesc mai bine unei perioade când beneficiul lipsei de previziune şi examinarea totalităţii schimbărilor într-un tipar fix pot fi realizate.

Mass-media în această ţară latină care este România nu au experimentat „italienizarea", în sensul lui Splichal (1994b), chiar dacă există elemente care par să corespundă criteriilor pentru acest proces. Şi, de fapt, câteva din elementele „italienizării" lui Splichal, prezente în mass-media româneşti, pierd teren. Mass-media din România *nu se află* sub un control puternic al statului, deşi încercările stabilirii unui asemenea control continuă ; dimensiunea partizanatului mass-media *este* puternică, dar poate *slăbi* (politizarea nu trebuie confundată cu partizanatul) ; măsura integrării mass-media în elitele politice *este variabilă*, în ciuda partizanatului în scădere al mass-media ; şi *nu există* o etică profesională împărtăşită şi consolidată în rândul jurnaliştilor, dar timpul poate schimba acest lucru. În plus, ultima problemă nu constituie un punct de referinţă solid pentru evaluarea unei tranziţii de la jurnalismul comunist. Este doar un punct de plecare în evoluţia jurnalismului de-a lungul perioadei de tranziţie.

Pe scurt, afirmaţia lui Splichal (1993, 1994a, 1994b), că primii şase ani de post-comunism au produs un sistem „paternalist--comercial", nu trece testul în România. Deşi, să admitem, aspectele comerciale ale dezvoltării mass-media au devenit elemente foarte importante, ele nu au înlăturat aspectele socio-politice şi culturale.

În orice caz, în România, nu există încă o economie de piaţă, privatizarea a fost accelerată abia în 1995 şi chiar dacă sistemul mass-media devine unul „comercial”, mai e drum lung până să obţină acest statut. În plus, chiar dacă şi când sistemul mass-media românesc devine unul comercial, nu suntem convinşi că un astfel de sistem va afecta prin definiţie, în sens negativ, jurnalismul practicat şi produsul său.

La fel de important, pluralismul şi autonomizarea sunt prezente. Autonomizarea faţă de Guvern este singurul obiectiv posibil de obţinut, aşa cum recunoaşte Manaev (1994). Cât despre pluralism, deşi este fără îndoială bogat reprezentat, aş spune că este insuficient pentru creşterea şi menţinerea societăţii civile şi a unei societăţi deschise. Pluralismul serveşte prea puţin scopului, dacă cetăţenii nu sunt expuşi la el. În România, pluralismul a dat viaţă unei audienţe atomizate, care accesează numai mass-media înclinate către reîntărire şi autosatisfacţie socio-politică şi culturală şi care ignoră ofertele celorlalte produse mediatice. Pentru a reitera o idee formulată anterior : pluralismul mass-media în România este reprezentantul unei societăţi civile care, de fapt, nu există. Aceasta nu înseamnă că, împreună cu evoluţia în alte sfere ale vieţii publice *şi* private, noile mass-media nu contribuie la creşterea societăţii civile. Mai mult, nu înseamnă că cetăţenii obişnuiţi nu sunt beneficiarii acestor mass-media post-comuniste nou înfiinţate şi că doar politicienii beneficiază de ele, cum au sugerat Sparks şi Reading (1994). Procesul de tranziţie, cu moştenirile, frământarea lui, absenţa valorilor şi scopurile tranzitorii bazate pe consens naţional, absenţa instituţiilor stabile şi calitatea „lumii noi”, asigură contextul pentru identificarea beneficiarilor mass-media. În acest context, suntem cu toţii beneficiari.

Sfera publică din România este formată dintr-o multitudine de sfere mai mici, imperfecte, care trebuie încă să-şi găsească drumul şi să se vindece după 42 de ani petrecuţi sub socialismul marxist--leninist condimentat cu o aromă specifică românească. Această

sferă publică, atunci când este asociată cu o putere manipulatoare, cu absenţa valorilor şi conducerii democratice, liberale şi a instituţiilor independente stabile, se îndreaptă către un vârtej socio-politic şi cultural, numit în acest caz perioadă de tranziţie, ale cărei singure caracteristici clare sunt bulele de aer.

De aceea, graba de a trage concluzii despre modul cum s-au dezvoltat/se dezvoltă mass-media şi care sunt influenţele jurnalismului practicat, ca şi despre efectele asupra lui, poate fi o greşeală. Se pot doar descrie, însuma şi evalua dezvoltările în fiecare din diferitele faze ale tranziţiei şi formula concluzii pentru fiecare fază, dar nu pentru perioada de tranziţie ca întreg. Greşeala de a condamna produsul evoluţiei mass-media înainte de completarea tranziţiei este complexă atunci când dezvoltările sunt evaluate în contextul creaţiilor ideologice ale diversităţii de stânga sau de dreapta. Aceste creaţii se ocupă invariabil cu munca de cosmetizare desemnată să ofere imaginea unei societăţi perfecte în ochii creatorului lor angajat ideologic. Prin contrast, o societate deschisă necesită derularea unui proces natural de evoluţie, cu toate imperfecţiunile pe care le implică şi cel mai sigur le creează, dar cu valorile de bază liberale, democratice ca esenţă.

Note

1. Pentru o analiză comprehensivă şi totodată concisă a diferitelor definiţii sau abordări în definirea societăţilor civile, precum şi a problemelor asociate unui astfel de demers, vezi Capitolul 6, P. Dahlgren, *Television and the Public Sphere*, 1995.
2. Central European Media Entreprises, o companie americană cu sediul în insulele Bermude, a investit 20 de milioane de dolari în parteneriatul cu fostul jucător de tenis de talie internaţională, Ion Ţiriac, şi cu Adrian Sârbu, editor şi fost director de film la Media Pro International, cu sediul în Bucureşti. Această facilitate oferită ProTV-ului la sfârşitul anului 1995 reprezintă trăsătura cea mai marcantă la această dată şi se speră extinderea ei la nivel naţional.
3. TVR este considerat postul de televiziune publică organizat, conform Legii de organizare şi funcţionare a Companiei de Radio şi Televiziune, din 1994. Politica a dominat numirile în conducerea TVR, politicile editoriale şi fiecare aspect al funcţionării sale, de la începutul anilor 1990.
4. Din interviul cu Adrian Năstase, 10 ianuarie 1996.
5. Directori şi jurnalişti au relatat autorului în 1990 şi 1991 faptul că mineri sau civili deghizaţi în mineri au pătruns atât în birourile, cât şi în locuinţele lor. Majoritatea acestora lucrau în regiunea minieră Valea Jiului.
6. Interviu cu prim-ministrul Nicolae Văcăroiu, 10 ianuarie 1996.
7. Autorul a discutat, în aprilie 1996, despre criza de hârtie de tipar şi modul în care ziarele s-au aprovizionat cu hârtie din străinătate. Aproape toţi, inclusiv directorii de presă editată într-o limbă străină, au afirmat că s-au aprovizionat din Ungaria, Bulgaria, Austria sau alte ţări europene.
8. Din discuţiile cu directorii de presă, aprilie 1996.
9. În 1992, Comitetul de Miniştri al Consiliului Europei a adoptat Carta Limbilor Regionale şi Minoritare şi un proiect de protocol cunoscut sub denumirea de Recomandarea 1201.
10. Clarificarea contractului social, stabilit în mod spontan în decembrie 1989, a început, la sfârşitul lui ianuarie 1990, odată cu anunţul făcut

de Frontul Salvării Naţionale că revine asupra promisiunii sale anterioare, aceea de a nu se constitui ca partid politic, şi că reprezintă o opţiune la alegerile din mai 1990. Au urmat invazia minerilor la Bucureşti, considerată a fi rezultatul instigării biroului prezidenţial şi FSN-ului, manipularea deliberată a tensiunilor sociale şi distrugerea deliberată a solidarităţii naţionale, atât de vremelnice, prin readoptarea politicii comuniste de asmuţire a muncitorilor împotriva intelectualilor, a majorităţii naţionale împotriva minorităţilor etnice şi, în contextul spaţiului religios reconstituit, a creştinilor ortodocşi împotriva catolicilor etc.

11. Astfel de elemente includ mentalităţile şi reminiscenţele pre-comuniste şi comuniste, structurile sociale, de Guvern şi de stat, legislaţia, economia, politica, ideologia tradiţională *vs*. tendinţele moderne, tensiuni între urban şi rural, influenţe din exterior, ameninţări reale sau doar percepute, ambiţii personale sau naţionale, temeri, expectaţii, speranţe etc.

Referinţe bibliografice

Agenţia pentru Monitorizarea Presei, dec. 1995, „Monitorul presei”, Bucureşti : *Academia Caţavencu*, nr. 2-3.

Agenţia pentru Monitorizarea Presei, ian. 1995, „Monitorul presei”, Bucureşti : *Academia Caţavencu*, nr. 1.

Alexandrescu, Horia, 27 martie 1996, „Bătaia pe Televiziune”, *Cronica Română*.

Alexandru, Andrei, 27 martie 1996, „Un membru al Consiliului de Administraţie al Radioului acuză...”, *Adevărul*.

AM Press, 14 mai 1994, „Doi ziarişti români solicită protecţia Amnesty International”, *România Liberă*.

Andreescu, Gabriel, 1 dec. 1995, „Romania. Political Manipulation at Its Best”, *Transition*, 1 (22) : 46-49.

Andronic, Dan, 18 martie 1996, „Investigare”, *Evenimentul Zilei*.

Antonesei, Liviu, 1995, „Puterea politică şi «crimele»” televiziunilor, *Monitorul presei*, 2-3 : 9-13.

Armeanu, Oana, 24-25 febr. 1996, „Care sunt dificultăţile de ordin economic cu care se confruntă presa scrisă. Modalităţi de menţinere a independenţei politice şi financiare a presei”, Bucureşti, *22* (microproiect Phare pentru Democraţie).

Ash, Timothy Garton, 11 ian. 1996, „Neo-Pagan Poland”, *The New York Review of Books*, 10-14.

Aumente, J., Gross, P., Hiebert, R., Johnson, O. & Mills, D., 1997, (titlu de lucru) „Before, During and After. Journalism and Journalism Education in East/Central Europe and in the Former Soviet Union”, *Cresskill*, NJ : Hampton Press.

Caluschi, Cezar, febr. 1995, „Romanian Advertising Style – Far from Spelling Success”, *Times – Romanian Monitor*.

Centrul pentru Sociologie Urbană şi Regională, dec. 1995, „Barometru de opinie publică”, Bucureşti.

Centrul Independent de Studii Sociale şi Sondaje, martie 1996, „Monitorizarea reflectării vieţii politice în emisiunile posturilor TV TVR 1, Tele7abc şi Antena 1”, Bucureşti, *CIS*, Raport nr. 7.

Centrul Independent de Studii Sociale şi Sondaje, nov. 1995-ian. 1996, „Monitorizarea reflectării vieţii politice în emisiunile posturilor TV TVR1, Tele7abc şi Antena 1”, Bucureşti, *CIS*, Raport nr. 6.

Coman, Mihai, 24-25 febr. 1996, „Starea mass-media în România. Modalităţi de menţinere a independenţei politice şi financiare a presei”, Bucureşti, microproiect Phare pentru democraţie 1-8.

Coman, Mihai, 22-28 martie, „Dimensiunea economică a mass--media române”, *Reforma*, 12 : 17.

Coman, Mihai, febr. 1996, „Fabricare şi metamorfoză”, *Sfera politicii*, 5(35) : 8-12.

Cornea, Andrei, 4-10 oct. 1995, „Deriva antidemocratică”, *22*, 6(40) : 3.

Corothers, Thomas, 17 sept. 1995, „Romania’s TVolution”, *The Washington Post*.

Dahlgren, Peter, 1995, *Television and the Public Sphere*, Thousand Oaks, CA : Sage Publications.

Dahrendorf, Ralf, 1990, *Reflections on the Revolution in Europe*, NY : Random House.

Dragomirescu, Adrian, aprilie 1995, „Ruling Power’s Fight for Keeping Control over Public Television”, *Times – Romanian Monitor*, 16.

Martie 1995, „Freedom of Expression and the Printed Press”, *Times – Romanian Monitor*, 12.

Ghiu, Bogdan, 15-21 martie 1996, „Audiovizualul românesc depinde de reuşita privatizării”, *Dilema*.

Gross, Peter, 1996, „Mass Media in Revolution and National Development. The Romanian Laboratory”, *Ames*, IA : Iowa State University Press.

Gross, Peter & Hiebert, Ray, 1996, „A Comparative Glimpse at New East/Central European Broadcasting Laws : Poland, Romania and the Czech Republic”, *The Global Network*.

Habermas, J., 1989/1962, *Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge : Polity Press.

Habermas, J., 1992, „Further Reflections on the Public Sphere”, in C. Calhoun (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Londra : MIT Press.

Holban, Ovidiu, 5 ian. 1996, „Războiul între televiziunile private se ascute”, *Ziua*, 12.

Hriban, Anca, 5 martie 1996, „Ziariştii vor fi izolaţi de deputaţi”, *Ziua*.

Ionescu, Dan, 29 dec. 1995, „Changing the Guard at National Radio”, *Transition*, 1(24) : 64-65.

International Press Institute, nov.-dec. 1995, *World Press Review*, IPI Report, 84-85.

IRSOP, dec. 1994, *Barometru de opinie publică*, Bucureşti.

Jakubovicz, Karol, 1995, „Lovebirds ? The Media, the State and Politics in Central and Eastern Europe”, *The Public* (2) 1 : 75-91.

Korbonski, Andrzey, 1994, „Civil Society and Democracy in Poland : Problems and Prospects”, in A. Bibic, G. Graziano (ed.) *Civil Society, Political Society, Democracy*, Ljubljana : Slovenian Political Science Association, 215-230.

Lăzescu, Alexandru, aprilie 1995, „Media Control : A Critical Battlefield in the ’96 Elections”, *Times – Romanian Monitor*, 6.

Leca, Cristina, sept.-oct. 1995, „CNA vs. BBC”, *Times – Romanian Monitor* 1.

Lupea, Ioana & Stroe-Brumariu, Raluca, 19 martie 1996, „Actualul CA al TVR funcţionează ilegal”, *Cotidianul*.

Manaev, Oleg, 1994, „Media Autonomy and the State in post--Communist Society”, cum este citat în K. Jakubovicz, „Loverbirds ? The Media, the State and Politics in Central and Eastern Europe”, *The Public*, 2 (1) : 75-88.

Mihai, Tudor, 26 martie 1996, „Cine a spus că TVR nu e cu puterea ? ”, *Azi*.

Morar, I.T. & Toma, Mircea, 1995, *Monitorul presei* 2-3, Bucureşti : Institutul de Psihologie.

Mungiu, Alina, 1995b, *Românii după ’89*, Bucureşti, Humanitas.

Navaski, Victor, 1995, „Scoping Out Habermas”, *Media Studies Journal*, 117-124.

(Aprilie 1995), „PDSR’s Strife (sic) for Political Power Already Started”, *Times – Romanian Monitor*, 1.

Perlez, Jane, 8 iun. 1995, „Bucharest Journal. With Old Tricks, Romania’s Old Reds Curb Press”, *The New York Times*.

Revel, Jean François, 1991, *The Flight from Truth. The Reign of Deceit in the Age of Information*, NY : Random House.

Sparks, Colin & Reading, Anna, 1994, „Understanding Media Change in East Central Europe”, *Media*, *Culture and Society*, 16 (2) : 170-243.

Splichal, Slavko, 1994a, *Media Beyond Socialism. Theory and Practice in East-Central Europe*, Boulder, Colo. : Westview Press.

Splichal, Slavko, 1994b, „Civil Society and Media Democratization in East-Central Europe : Dilemmas in the Evolution of the New Model”, in A. Bibic and G. Graziano (ed.), *Civil Society, Political Society, Democracy*, 305-324, Ljubljana : The Slovenian Political Science Association.

Splichal, Slavko, 1993, „The Civil Society Paradox and the Media in Central and Eastern Europe”, *Research on Democracy and Society*, 1 : 85-109, Greenwich : JAI Press.

Statham, Paul, 1996, „Berlusconi, the Media and the New Right in Italy”, *The Harvard International Journal of Press/Politics*, pp. 87-105.

Ştefănescu, Manuela, 3-4 aprilie 1993, „Lege a presei sau cod deontologic ? ”, *Alianţa Civică*.

Stroe-Brumariu, Raluca & Chiriac, Marian, 4-10 oct. 1995, „Parlamentul la zi”, *22*, 6(40) : 5.

Stroe-Brumariu, Raluca, 27 sept.-3 oct. 1995, „În Parlament”, *22*, 6(39) : 7.

Sultănoiu, Marian, 3 martie 1996, „CNA dă licenţe pe criterii politice”, *Cotidianul*.

Thom, Françoise,1989, *Newspeak : The Language of Soviet Communism*, Londra : Claridge Press.

Vasilescu, Mircea, 15-21 sept. 1995, „Spre Europa, fără BBC ! ”, *Dilema*, 5.

Velcu, Mona, 13 ian. 1996, „A fost stabilit minutajul acordat săptămânal partidelor la TVR”, *Evenimentul Zilei*, 8.

Wasco, J. & Mosco, V. (ed.), 1992, *Democratic Communications in the Information Age*, Toronto : Garamond Press and Norwood, NJ : Ablex.

5 martie 1991, „Ziariştii îşi apără şi vor apăra onoarea”, *România Liberă*.

Giganţii mitici.
Mass-media în alegerile naţionale din România – 1996

De la colapsul comunismului în 1989, mass-media româneşti au trecut repede prin câteva etape de dezvoltare (Gross, 1996). Când a început campania electorală din 1996, prezenţa şi influenţa lor s-au schimbat în comparaţie cu alegerile generale din 1990 şi 1992, datorită evoluţiei sistemului şi a practicilor sale, a audienţei şi a societăţii.

De exemplu, în comparaţie cu 1990 şi 1992, românii aveau (1) o scenă a televiziunii care includea posturi cvasi-naţionale private, comerciale[1], (2) o presă cu o distribuţie chiar mai puţin naţională din cauza tirajelor mici şi a dominaţei crescânde a ziarelor locale[2] şi (3) partide politice şi candidaţi ale căror campanii erau orientate mai mult spre mass-media.

Şi, cel mai important lucru, audienţa mass-media/alegătorii au început să se transforme datorită :

(1) intereselor şi loialităţilor schimbate produse de o modificare a păturilor sociale, a locurilor de muncă (de la industria deţinută de stat şi instituţiile de stat, la cele private) şi aspiraţiilor generale,

(2) unei insatisfacţii crescânde privind evoluţia societăţii, a guvernării şi a economiei şi

(3) apariţiei schimbărilor de mentalitate, până atunci obişnuită cu noţiunea de lideri ca figuri părinteşti cu autoritate absolută, cărora oamenii trebuiau să li se supună şi care erau responsabili de bunăstarea cetăţenilor.

De asemenea, a fost izbitoare americanizarea campaniei electorale din 1996. Aceasta nu a fost o evoluţie surprinzătoare pentru Europa de Est, în general, România, în particular. Americanizarea politicii, care avea deja loc în Europa Occidentală (Negrine şi Papathanassopoulos, 1996), s-a mutat către est odată cu mulţimea de programe de ajutor americane în statele din regiune. În România, preşedintele în exerciţiu, Ion Iliescu, a angajat un grup de consultanţi politici americani ; sondajele erau *de rigueur*[*] pentru candidaţi şi partide, aşa cum era răspândirea rezultatelor pentru mass-media ; spoturile electorale de televiziune, cel puţin ale celor trei principali candidaţi la preşedinţie (Iliescu, Constantinescu şi Roman), aveau o aromă americană, ca şi stilul campaniilor, iar „politica murdară" a campaniei se asemăna cu descrierea făcută de Kathleen Hall Jamieson (1992) celei din alegerile americane.

Una din cele mai pronunţate similarităţi între politica şi alegerile americane şi cele din România, în 1996, confirmând de asemenea impresia că mass-media au efecte directe copleşitoare, a fost dată de plângerile despre faptul că mass-media sunt vinovate când un candidat sau un partid a pierdut, sau că mass-media au tot creditul când a câştigat. Era o impresie încurajată parţial chiar de jurnalişti. Jurnaliştii români s-au considerat angajaţi să realizeze campania din 1996 pentru politicieni şi partide politice. Motivul pentru importanţa lor crescută, au argumentat ei, a fost acela că managerii campaniilor şi angajaţii lor nu aveau încă experienţă în campaniile moderne şi în utilizarea mijloacelor de comunicare în masă[3], chiar dacă erau mai orientaţi către mass-media în 1996.

La o ceremonie de premiere ţinută în Bucureşti, în decembrie 1996, la doar câteva săptămâni după alegerile prezidenţiale din 17 noiembrie, redactorul-şef al ziarului naţional cu cel mai mare tiraj, *Evenimentul Zilei*, a spus audienţei : „S-a afirmat că presa a câştigat alegerile (pentru preşedintele Emil Constantinescu şi

---

* De rigoare (în franceză, în original – n.t.).

Convenţia Democrată din România)… Acesta este un prilej să anunţ… că următoarele alegeri vor fi de asemenea câştigate de presă" („Telegrama", 4 decembrie 1996). Şi, în acelaşi spirit, un articol din săptămânalul *22* arăta : „Se ştie că presa independentă a avut o contribuţie considerabilă la succesul fostei opoziţii în alegerile din noiembrie" (Orescu, 20 ianuarie 1997).

Acest articol explorează natura mass-media româneşti, rolul şi influenţa lor în alegerile generale din 1996, bazându-se în principal pe sondajele româneşti şi străine şi pe rezultatele cercetărilor, pe interviurile cu jurnalişti, pe observaţii şi pe analize ale conţinuturilor mass-media legate de alegeri.

I. Contextul teoretic

Eric Hobsbawn, eminentul istoric britanic, a recunoscut (1996) că pe cât secolul se apropia de sfârşit, „mass-media sunt o componentă mai importantă a procesului politic decât partidele şi sistemele electorale" în societăţile democratice. El se alătură unei multitudini de istorici, sociologi, politologi, cercetători ai mass-media, politicieni, jurnalişti şi, judecând după sondaje şi cercetări, consumatori de mass-media, care afirmă în mod unanim rolul central şi puterea mass-media în societăţile democratice, chiar dacă nu cad de acord asupra naturii acelui rol şi a dimensiunii puterii mijloacelor de comunicare.

Când Bernard Cohen a afirmat (1963) că presa „are un succes ameţitor când spune cititorilor la ce să se gândească" (p. 13), fraza sa era, cel puţin în parte, un ecou al ideii lui Walter Lippmann (1922) că publicul de masă este dependent de jurnalism când observă lumea şi ia decizii care îl privesc. Astfel, a fost stabilit conceptul de *agenda-setting* a mass-media ca direcţie fundamentală pentru cercetarea celor mai multe efecte imediate. Agenda mass--media, combinată cu agenda publicului (ce doreşte publicul, ce

percepe şi ce gândeşte el) şi agenda politică (ce este propus şi realizat de cei de la putere sau de cei care doresc să obţină puterea) şi relaţiile dintre ele constituie procesul de *agenda-setting* într-o societate. Dearing şi Rogers (1996) definesc *agenda-setting* ca pe

> …o explicaţie a motivului pentru care informaţiile despre anumite subiecte, şi nu alte subiecte, sunt disponibile publicului într-o democraţie ; cum este modelată opinia publică şi de ce anumite subiecte sunt exprimate prin acţiuni politice, pe când altele nu. Studiul *agenda-setting* este studiul schimbării sociale şi al stabilităţii sociale (p. 2).

Trei alte elemente afectează agenda mass-media, a publicului şi pe cea politică : (a) experienţa personală, (b) comunicarea interpersonală şi (c) indicatorii reali ai importanţei unui subiect sau eveniment de agendă[4].

Deşi cercetătorii au descoperit o corelaţie între subiectele tratate sau accentuate de mass-media şi cele percepute ca importante de public, relaţia cauzală nu a fost rezolvată. Klapper, în urma revederii exhaustive a rezultatelor cercetărilor, a ajuns la concluzia (1960) că mass-media au „consecinţe minime în politică”. Lucrarea sa a fost precursoarea unui mare număr de studii, cele mai notabile fiind lucrările lui McCombs şi Shaw din anii ’70 (1972, 1976, 1977), care au descoperit că mass-media au efecte limitate, dar arătând că ele afectează totuşi agenda politică a alegătorilor.

Această funcţie de *agenda-setting* ia două forme diferite. Iyengar şi Kinder (1987) au demonstrat că *agenda-setting* a mass-media influenţează opinia publică şi atitudinile prin „întâietate” (p. 63). Ei au definit întâietatea ca „atragerea atenţiei asupra unor probleme, în timp ce altele sunt ignorate” şi, astfel, influenţarea „standardelor prin care guvernele, preşedinţii, politica şi candidaţii la posturi publice sunt evaluaţi”. În continuare, Iyengar a schiţat (1987, 1991) un al doilea aspect al *agenda-setting*, „încadrarea”, care reprezintă

indicaţiile contextuale încorporate într-o ştire şi influenţând de asemenea opinia şi atitudinile publicului.

Chiar şi în cele mai bune condiţii, când poate fi arătat un efect direct, este clar că agenda mass-media poate să nu aibă influenţă, dacă (a) mass-media au o credibilitate scăzută, (b) dacă există evidenţe ce intră în conflict cu experienţa personală sau din alte canale de comunicare despre „proeminenţa subiectului sau a evenimentului" şi (c) dacă consumatorul mass-media „are alte valori pentru ştiri decât cele reflectate" în presă (Rogers şi Dearing, 1994, pp. 86-87).

În orice caz, există suficiente dovezi că efectele mass-media sunt predominant indirecte. În anii '80, Doris Graber (1989) a ajuns la concluzia că nu există efecte directe ale mass-media în politică, recunoscând totuşi importanţa mass-media în afectarea indirectă a alegătorilor, prin procese multi-etapă, implicând contacte interpersonale. Descoperirile lui Lenart (1994) în urma unor experienţe efectuate în Statele Unite întăresc concluziile lui Graber şi afirmă din nou că efectele fluxului informaţiilor politice trebuie să includă atât mass-media, cât şi sursele interpersonale de informaţie :

> ...dovezile experimentale şi ale cercetărilor arată că mass-media şi sursele interpersonale, când sunt combinate, au o influenţă interactivă semnificativă asupra cunoaşterii şi preferinţelor pentru candidaţi şi, prin extensie, asupra formării opiniei publice în general (p. 116).

Aceste contacte interpersonale sau de comunicare, împreună cu experienţele personale, informează agenda publicului şi constituie climatul general în care se desfăşoară procesul de *agenda-setting*. În mod specific, un aspect al comunicării interpersonale care include şi chiar depinde de comunicarea de masă este proeminenţa, în special într-o societate ca România, care încă se străduie să înlăture psihologia de masă instalată în peste 45 de ani de comunism : efectul partidei învingătoare, identificat de Patterson (1980)

şi înainte de el de Berelson, Lazarsfeld şi McPhee (1954). Efectul părţii câştigătoare este detectat pe baza studiilor care arată că intenţiile de vot sunt corelate cu aşteptarea ca un candidat să câştige. Aceasta înseamnă că opiniile individuale despre unele subiecte sunt influenţate de cunoaşterea opiniei publice privitoare la aceleaşi subiecte.

Lucrarea testează teoriile americane în contextul românesc. Ea postulează că efectele mass-media româneşti în alegerile din 1996 au fost indirecte ; climatul, opinia publică şi agenda publicului, la care au contribuit prin încadrarea şi oferirea cu prioritate a subiectelor, evenimentelor şi opiniilor care au avut mai degrabă rol de consolidare decât de informare. Agenda publicului, informată prin comunicare interpersonală şi experienţă personală, care a instituit un climat şi o opinie publică de respingere a vechiului şi nerăbdarea de a încerca noul, a fost congruentă în 1996 cu agenda mass-media, spre deosebire de situaţia din 1992. Astfel, mass-media au jucat un rol important în a da expresie sentimentelor/opiniilor existente, oferind informaţii care au întărit şi, poate, au sporit aceste sentimente. Mai mult, ele au răspândit rezultatele sondajelor publice, care, în contextul opiniei publice şi în climatul existent, se poate spune că au contribuit la efectul părţii câştigătoare.

II. Utilitatea şi semnificaţia mass-media ca sursă pentru informaţia politică/de campanie

Cu trei luni înainte de alegerile locale din iunie 1996, s-a produs o „înviorare” în vederea alegerilor naţionale care urmau să aibă loc aproximativ cinci luni mai târziu. Un studiu la nivel naţional realizat de Institutul de Cercetare a Calităţii Vieţii din Bucureşti – ICCV (cf. Centrul pentru Sociologie Urbană şi Regională – CSUR, 9-15 octombrie 1996) a arătat că televiziunea este principala sursă de informaţii politice. În octombrie 1996, chiar înainte de alegerile

generale, două studii naţionale separate, unul realizat de CSUR (9-15 octombrie) şi celălalt de Centrul de Studii Independente – CSI (31 octombrie), au arătat că televiziunea, în grade diferite, a devenit ceva mai puţin importantă în meniul de surse al audienţelor pentru informaţii politice/de campanie. Concomitent, ziarele au părut să câştige puţin din aprecierea audienţelor, cel puţin într-unul dintre studii, ca şi discuţiile cu persoanele cunoscute de fiecare. Chiar şi aşa, ziarele erau pe locul trei ca importanţă în căutarea de informaţii politice/de campanie a audienţelor (vezi tabelul 1).

Tabelul 1 – *Surse de informaţii politice (în procente)*

	Martie 1996 ICCV	Octombrie 1996 CURS	Octombrie 1996 CIS
Televiziune	67	64	58
Radio	16	15	15
Ziare	7	7	12
Comunicare interpersonală	4	6	9

Sursă: *Barometrul de opinie publică*, Centrul de Sociologie Urbană şi Regională, 9-15 octombrie 1996 ; datele CIS din „În ultima zi a campaniei electorale curg sondajele de opinie”, în *Evenimentul Zilei*, 31 oct. 1996, p. 7.

O serie mai detaliată de studii naţionale ale Institutului de Sociologie, în timpul campaniei electorale parlamentare şi prezidenţiale care a început oficial pe 4 septembrie 1996 [5], sugerează că o varietate de surse de informare suprapuse a contribuit la formarea opiniei şi a unui climat general, în care trebuie analizată importanţa mass-media în politică/alegeri (vezi tabelul 2). Mass-media audiovizuale, crescând rapid ca număr şi arie de acoperire[6], au fost cel mai larg utilizate, comunicarea interpersonală şi ziarele

servind ca al treilea, respectiv al patrulea mijloc de informare politică/de campanie.

Cu cât ziua alegerilor parlamentare (3 noiembrie) şi cea a alegerilor prezidenţiale (17 noiembrie) se apropiau, a existat o creştere semnificativă în obţinerea informaţiilor de către alegători de la televiziune, radio, postere, communicate de presă şi declaraţii electorale, din studiile de opinie publică şi discuţiile cu alţi oameni (vezi tabelul 2).

Se pare că frecvenţa şi publicitatea făcută sondajelor/studiilor au crescut în 1996 comparativ cu 1992[7]. De asemenea, acestea par să fi câştigat audienţă şi au atras o atenţie sporită în timpul campaniei electorale. Totuşi, influenţa lor directă globală, judecând după rezultatele sondajelor/studiilor, pare să fi fost slabă. Un studiu al IS (5-15 octombrie 1996) arată că 16,4% dintre cei care au răspuns pretindeau că au dat atenţie rezultatelor sondajelor înainte de a se hotărî cum să voteze. Într-un al doilea studiu IS anterior zilei alegerilor (21-30 octombrie 1996), 28,8% spuneau că vor lua în considerare rezultatele sondajelor înainte de a vota, acest lucru arătând o mai mare atenţie acordată sondajelor pe măsură ce se apropia ziua alegerilor.

Coman (decembrie 1996) observă că rezultatele sondajelor/studiilor au fost prezentate fără explicaţii sau analize ale specialiştilor, „fără de care cifrele (prezentate în aceste sondaje/studii)… seamănă… cu cititul în ceai slab”. Cu toate acestea, jurnaliştii au interpretat efectele sondajelor/studiilor asupra audienţei ca fiind semnificative, fiindcă „ei (audienţa) iau sondajele drept ceva care determină rezultatul (curselor politice)”[8]. Aceasta sugerează că mediatizarea rezultatelor sondajelor/studiilor a contribuit la crearea efectului părţii învingătoare.

Se poate bănui, pe de o parte, că şi oferta electorală/politică a devenit mai bazată sub toate aspectele şi/sau interesul alegătorilor s-a ascuţit pe măsură ce se apropia ziua alegerilor. Pe de altă

Tabelul 2 – *Utilizarea mijloacelor de informare în timpul campaniei electorale*

	Deseori			Uneori			Niciodată			Foarte rar		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
Televiziune	42,4	49,6	50,8	31,7	30,4	28,6	22,5	17,1	18,0	3,5	2,9	2,6
Radio	25,0	30,9	30,6	36,3	34,8	30,8	34,9	31,4	35,9	3,8	3,0	2,7
Comunicare interpersonală	19,7	18,7	24,8	43,2	45,3	41,4	32,5	32,6	31,4	4,6	3,5	2,3
Ziare	17,5	18,8	17,1	30,2	31,5	25,8	47,9	46,5	54,5	4,4	3,3	2,6
Sondaje	7,4	10,8	9,8	17,9	28,2	22,6	69,0	56,4	63,8	5,8	4,6	3,8
Postere	3,8	6,1	7,5	17,1	28,0	24,2	75,1	62,5	66,0	4,0	3,4	2,3
Citirea mesajelor electorale	2,8	4,3	5,3	14,6	24,6	19,6	78,5	67,7	72,7	4,1	3,5	2,3
Întîlniri cu politicieni	1,1	0,7	0,6	6,7	8,6	4,8	87,9	87,3	92,3	4,4	3,5	2,3
Evenimente electorale	1,0	0,3	0,6	4,8	4,8	3,6	89,9	91,5	93,4	4,2	3,4	2,4

Sursă: *Ancheta asupra Comportamentului Electoral*, Institutul de Sociologie, (1) 5-15 oct., (2) 21-30 oct., (3) 6-14 nov. 1996.

parte, utilizarea relativ constantă, dar de nivel scăzut, a ziarelor ca surse de informaţii politice/electorale, un canal bogat în astfel de oferte pe timpul campaniei, sugerează că arbitrul a fost mai degrabă (a) timpul alegătorilor, cheltuirea banilor alocaţi cumpărării de mass-media şi preferinţele pentru mass-media şi/sau (b) credibilitatea ziarelor, decât disponibilitatea lor sau cantitatea de informaţie prezentată de ele.

Merită să notăm de asemenea că puţini oameni, şi odată cu apropierea zilei alegerilor chiar mai puţini, au fost lămuriţi şi au primit informaţii direct de la politicieni, din întâlniri electorale şi evenimente electorale (vezi tabelul 2). Politica/alegerile în România, imitându-le pe cele din Occident, au devenit evenimentele mass-media principale, confirmând importanţa mass-media în acest context, dar nu în mod necesar şi influenţa lor.

Indiciul puternic al faptului că opinia publică şi formarea agendei publicului au fost realizate pe baza informaţiilor primite din sau prin discuţii cu alţi oameni merită o examinare mai atentă, dacă este să testăm teza lui Graber (1989) despre efectele indirecte ale mass-media în contextul României.

III. Comunicarea interpersonală

Câteva femei ieşind din cabinele de votare într-o comunitate rurală mică de lângă Bucureşti, în ziua alegerilor din 1992[9], au spus că ele citesc regulat *România Liberă*, principalul cotidian de opoziţie, discută despre modul în care este tratată politica şi totuşi au votat pentru preşedintele Ion Iliescu şi Frontul Salvării Naţionale de atunci[10]. Ele au făcut acest lucru deoarece „vecinii au spus că îl vor vota pe Iliescu”, sau pentru că soţii lor le-au spus că aşa ar trebui. O asemenea realitate anecdotică nu este, poate, o dovadă

concludentă pentru a susţine puterea mass-media sau a comunicării interpersonale în afectarea modului de votare.

Totuşi, laolaltă cu rezultatele sondajelor (studiilor), ea întăreşte teoria lui Graber (1989) că mass-media servesc ca sursă originală de informaţie, iar mesajele „sunt transmise în procese în mai mulţi paşi, aşa cum se întâmplă deseori atunci când ele sunt răspândite prin contacte interpersonale” (p.10).

Faptul că, în noiembrie 1996, 66,2% dintre cei care au răspuns sondajului efectuat de IS (6-14 noiembrie1996) indică faptul că discută teme politice/electorale „deseori” şi „uneori” cu alţii, sugerează că efectele mass-media nu pot fi examinate fără a lua în considerare interacţiunea lor cu audienţa, aşa cum a arătat Lenart (1994). Deoarece o majoritate copleşitoare de oameni a fost expusă la mass-media, se poate presupune că aceste discuţii se învârtesc în jurul problemelor prezentate prin sau de către mass-media sau a celor legate de experienţele oamenilor/vieţilor lor, care de asemenea au fost reflectate sau nu de mass-media.

Studiile IS (vezi tabelul 3) arată că problemele politice şi sociale au fost discutate cel mai adesea cu familia, prietenii, rudele, vecinii sau colegii de serviciu.

Cele trei studii IS indică de asemenea că opiniile politice care au contat cel mai mult au fost, în ordinea importanţei, cele ale (1) soţilor, (2) prietenilor sau copiilor, (3) copiilor sau prietenilor sau rudelor, (4) copiilor sau rudelor, (5) părinţilor, (6) şefilor sau vecinilor sau colegilor de serviciu, (7) colegilor de serviciu sau vecinilor şi (8) şefilor sau vecinilor.

Astfel, procesul comunicării interpersonale în alegerile generale din România din 1996 a fost un aspect important al formării opiniei şi agendei publicului. În plus, aşa cum sugerează acea realitate anecdotică, el a jucat un rol important în alegerea făcută de indivizi în cabinele de votare.

Probleme politice

	Deseori			Uneori			Niciodată		
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)
1. la serviciu	20,5	12,8	17,6	20,4	23,0	18,2	52,2	53,0	58,7
2. cu vecinii	14,5	9,0	11,0	31,9	30,7	33,0	50,2	56,8	52,9
3. cu prietenii	24,9	16,3	20,4	35,9	40,2	33,3	35,9	39,0	43,4
4. cu rudele	20,7	12,3	16,1	33,8	33,3	31,6	41,7	49,5	49,4
5. cu familia	49,9	28,6	39,1	25,7	35,2	31,1	22,6	32,3	27,1

Probleme sociale

1. la serviciu	17,4	17,9	19,9	21,9	20,3	16,7	54,1	50,5	58,7
2. cu vecinii	13,1	12,4	13,6	31,6	30,3	29,2	50,8	52,5	54,6
3. cu prietenii	21,2	19,9	21,5	30,0	38,4	30,6	38,5	36,7	45,0
4. cu rudele	16,3	20,3	18,5	33,7	33,3	28,8	44,4	40,8	50,0
5. cu familia	33,8	43,0	41,9	30,6	28,5	29,5	27,5	23,8	25,9

Sursă: *Ancheta asupra Comportamentului Electoral*, Institutul de Sociologie, (1) 5-15 octombrie,

O perspectivă asupra stării de spirit şi a sentimentelor audienţelor privitor la mediul lor social, economic şi politic, de exemplu, climatul, este oferită aici fiindcă arată cum pot fi prezise rezultatele alegerilor şi serveşte drept context pentru examinarea rolului mass-media şi al gradului efectelor. Ea oferă o licărire de lumină asupra rezultatelor experienţei personale care afectează formarea publicului şi, teoretic, a agendei publicului şi mass-media.

IV. Starea de spirit şi sentimentele audienţei/alegătorilor

Românii au abordat alegerile generale foarte nesatisfăcuţi de toate aspectele vieţii. Majoritatea erau, într-un grad sau altul, nemulţumiţi de modul de viaţă (60%) şi de venitul lor (71%). 41% considerau că standardul lor de viaţă era mai coborât decât în 1995 şi jumătate din cei care au răspuns simţeau că ţara se îndreaptă într-o direcţie greşită (CSUR, 9-15 octombrie 1996). Un studiu al CSI (31 octombrie 1996) arată că 78% dintre români sunt nemulţumiţi de situaţia lor generală.

O majoritate mare de români (CSUR, 9-15 octombrie 1996) considerau că politica Guvernului a eşuat în cultură (58%), educaţie (59%), sănătate (72%), agricultură (84%), lupta împotriva criminalităţii (79%) şi lupta împotriva corupţiei (87%). În plus, în octombrie 1996, 62% şi 63% dintre români considerau activităţile Guvernului şi, respectiv, Parlamentului ca fiind negative (CSUR, 9-15 octombrie 1996).

Tabelul 4 – *Nivelurile de satisfacţie „negativă” privind standardul de viaţă*

	Martie 1996 ICCV	Iulie 1996 CURS	Octombrie 1996 CURS
Nu prea satisfăcuţi	45%	46%	46%
Complet nesatisfăcuţi	14%	17%	14%
Venituri doar pentru nevoile de bază	38%	38%	39%
Venituri care nu ajung nici pentru nevoile de bază	33%	34%	32%
Viaţa puţin mai rea decât cu un an înainte	36%	37%	32%
Viaţa mult mai rea decât cu un an înainte	10%	12%	9%
Ţara merge într-o direcţie greşită	52%	51%	50%

Sursă: *Barometrul de Opinie Publică*, Centrul de Sociologie Urbană şi Regională, 9-15 octombrie 1996.

Românii şi-au exprimat o încredere sporită în partidele de opoziţie, conduse de grupul de partide reunite în Convenţia Democrată Română (CDR) şi o mai mică încredere în Partidul Democraţiei Sociale din România (PDSR), aflat la conducere, şi în aliaţii sau foştii săi aliaţi (vezi tabelul 5). Studiul IS din 21-30 octombrie 1996 a arătat că CDR se află înaintea PDSR, cu 27,5% faţă de 22%. Sondajul CSUR (9-15 octombrie 1996) a arătat acelaşi lucru, 31,4% faţă de 27,2%.

În ziua alegerilor, CDR a obţinut 30,70% din voturi, faţă de PDSR – 23,08% în cursa pentru Senat şi 30,17% *vs*. 21,52% în

cursa pentru Camera Deputaţilor, dovedind că rezultatele sondajelor realizate înaintea alegerilor au fost corecte.

Bazându-ne numai pe sondaje, victoria partidelor de opoziţie în competiţia parlamentară era previzibilă înainte chiar şi de începerea campaniei electorale şi pe timpul desfăşurării ei.

Tabelul 5 – *Încrederea în partidele politice/alianţe în 1996*

	Martie	Iunie	Octombrie
Coaliţia la conducere:			
PDSR	17	17	20
PUNR	3	1	2
PSM	1	2	2
PRM	4	2	4
Opoziţia:			
Alianţa CDR	18	18,5	24
USD	–	4	13
UDMR	3	2	3

Sursă: *Barometrul de Opinie Publică,* CSUR, 9-15 octombrie 1996.

Mai puţin clar a fost rezultatul cursei prezidenţiale. Diferenţa de 18 procente din martie 1995 dintre principalii doi candidaţi, Ion Iliescu şi Emil Constantinescu (36% *vs.* 18%), descoperită de ICCV (CSUR, 9-15 octombrie 1996), s-a apropiat în octombrie 1996 la 33,5% *vs.* 27%. Un al treilea candidat posibil a apărut când Petre Roman, prim-ministrul post-comunist (1990-1992), a câştigat peste 19 puncte între martie 1995 şi octombrie 1996, deplasându-se de la 3% la 22,5% în sondaje (CSUR, 9-15

octombrie 1996). Chiar înainte de prima rundă a competiţiei prezidenţiale de pe 3 noiembrie, un studiu IS (21-30 octombrie 1996) a arătat că Iliescu l-a devansat pe Constantinescu cu 4 puncte, 26,4% la 22,6%. Într-adevăr, nici unul din cei doi candidaţi nu a obţinut cele 50% din voturi pe 3 noiembrie, fiind necesar un al doilea tur de scrutin pe 17 noiembrie. Atunci, al treilea şi ultimul din studiile IS (6-14 noiembrie 1996) a arătat că Emil Constantinescu se plasează înaintea lui Iliescu, cu 47,6%, faţă de 34,7%. Constantinescu a câştigat cu 53,5% din voturi *vs.* cele 46,5% ale lui Iliescu.

Merită notat că în a doua jumătate a celor 60 de zile de campanie, 52,3% dintre cei chestionaţi de IS (5-15 octombrie 1996) se deciseseră deja ce candidat la preşedinţie vor vota şi 26,1% erau nedecişi ; 44,8% se deciseseră asupra alegerii unui partid, iar 29,2% erau nehotărâţi. Studiul CSUR (9-15 octombrie 1996) arată rezultate similare, 26% dintre cei chestionaţi fiind nehotărâţi. În mare măsură, efectele directe sau indirecte ale mass-media gravitează în jurul succesului sau eşecului lor de a înclina balanţa celor 24-26% de alegători nedecişi în favoarea sau împotriva puterii sau opoziţiei.

În acest climat de insatisfacţie generală, cu înclinarea publicului către partidele de opoziţie şi dorinţa aparentă de a schimba preşedintele, un climat diferit de cel din timpul alegerilor generale din 1990 şi 1992, trebuie examinate rolul şi influenţa mass-media.

V. Natura, rolul şi efectele mass-media audiovizuale

Comparativ cu alegerile generale din 1990 şi 1992, politicienii, partidele politice şi publicul au avut o gamă mai largă de posturi de radio şi televiziune care să le ofere ştiri, opinii, programe politice speciale şi spoturi publicitare electorale. Monopolul deţinut de televiziunea publică, TVR 1, a dispărut o dată cu introducerea televiziunii private, comerciale, cvasi-naţionale.

Cel mai semnificativ adaos pe scena televiziunii a fost ProTV. În octombrie 1996, el acoperea 61% din teritoriul României, având o audienţă potenţială de 11 milioane de oameni[11], acest lucru făcându-l să devină cel mai important dintre posturile private, comerciale din România. Conform unui sondaj al Gallup International realizat în Bucureşti şi în oraşe cu peste 100 000 de locuitori în care putea fi urmărit ProTV, între 7-20 octombrie, postul a înregistrat un segment de piaţă de 33%, urmat de TVR 1 cu 29%, Antena 1 cu 13%, TVR 2 (postul local din Bucureşti al televiziunii publice) cu 10%, Tele7abc cu 4% şi Amerom cu 1%[12].

La nivel naţional, TVR 1 încă deţinea locul principal în toate sondajele, rămânând suportul cel mai penetrant pentru mesajele de campanie electorală/politice. De exemplu, sondajul CSUR (9-15 octombrie 1996) a arătat că TVR 1 era urmărit de 74% dintre români, în timp ce numai 48% urmăreau unul din posturile private ; un studiu IS între 5-15 octombrie 1996 arată TVR 1 ca fiind urmărită de la o dată pe săptămână, la zilnic, de 65,40% dintre români, ProTV de 33,30%, Antena 1 de 25,60% şi Tele7abc de 11,50% dintre români.

Deşi lumea radioului se diversificase deja înainte de 1995-1996, şi ea era dominată de postul public (Radio România Actualităţi), conform celor trei studii IS (5-15 octombrie, 21-30 octombrie şi 6-14 noiembrie 1996) cu o audienţă de la zilnică la săptămânală de 25,20% la 36%, urmat de posturile sale regionale (7-9,6%) şi posturile locale private (8,20- 12,8%). Studiul CSUR (9-15 octombrie 1996) arată de asemenea radioul public deţinând 54% din audienţă, posturile locale private pe locul doi, cu 29%, şi posturile publice regionale, cu 17% din audienţă.

Transmiterea de către audiovizual a campaniei electorale, a ştirilor şi emisiunilor politice speciale a fost reglementată de Decizia 88 a CNA. Printre alte reguli specifice şi orare, aceasta sfătuia canalele prin cablu să retransmită programele politice emise de alte posturi de televiziune (Decizia nr. 88, 3 septembrie 1996).

Televiziunea, în particular, şi mass-media, în general, au devenit un *campo di battaglia** în campania din 1996. Pentru mass-media, campania însăşi a devenit un câmp de bătaie economic şi (partizan) jurnalistic, în care produsele mass-media se luptau pentru o parte din banii de campanie şi jurnaliştii erau făţiş partizani.

De fapt, jurnaliştii din presa scrisă şi din audiovizual au sugerat mai degrabă, în mod bombastic, că dacă n-ar fi fost mass-media n-ar fi existat campanie electorală în 1996. Personalul mass-media a sugerat de asemenea că banii candidaţilor şi ai partidelor politice au fost cheia pentru a avea acces la televiziune, radio şi ziare. Profesionalismul jurnalismului de televiziune, obiectivitatea sa, au fost îndoielnice. În acelaşi timp în care prezentau campania, jurnaliştii erau implicaţi în pregătirea mesajelor pentru candidaţi şi partide politice, majoritatea acestora nefiind încă pricepuţi în arta campaniilor prin mass-media[13].

Comparativ cu 1990 şi 1992, cantitatea de programe de televiziune legate de campanie a fost mult mai bogată şi variată, în special în acele părţi ale ţării unde era accesibilă televiziunea cvasi-naţională privată, comercială. Pe lângă prezentarea informaţiilor, programele electorale speciale care prezentau partidele politice şi candidaţii, programele de divertisment cu teme electorale[14], spoturile publicitare electorale, dezbaterile, emisiunile tip „talk-show” şi spoturile care încurajau oamenii să voteze, au contribuit la meniul de televiziune informativ şi de divertisment.

Dezbaterile prezidenţiale au permis telespectatorilor să observe cei 16 candidaţi şi, în absenţa unui tratament critic al acestor candidaţi şi al partidelor politice pe care le reprezentau, ele au fost o oportunitate de a-i evalua şi a le cântări poziţiile. Unele emisiuni de „analiză”, având ca invitaţi observatori politici (de exemplu, Silviu Brucan, Vladimir Pasti, Alina Mungiu, Stelian Tănase şi

---

* Câmp de bătaie (în italiană, în original – n.t.).

alţii) au oferit cel puţin un minim de analiză critică a candidaţilor, a partidelor şi platformelor lor. De asemenea, televiziunea, în 1996, s-a înscris în „cursa de cai” a prezentării campaniei electorale, atât de familiară audienţei americane, cu furnizarea rezultatelor studiilor şi sondajelor despre „cine este înaintea cui”.

Studiile indică faptul că prezentarea în ştiri şi programe electorale speciale a fost, în grade diferite, departe de a fi neutră. Excepţia este un studiu al Agenţiei de Monitorizare a Presei, care arată că frecvenţa relatărilor neutre este superioară celor partinice (AMP, 17 septembrie-18 octombrie 1996).

Într-un raport preliminar asupra tratării generale a campaniei din 1996, Institutul European pentru Mass-media (IEM, 4 noiembrie 1996) dezvăluie faptul că au existat „numeroase incidente de evaluare subiectivă din partea prezentatorilor în timpul transmisiunilor electorale ale canalelor private”. Raportul face aluzie la lipsa generală de neutralitate în televiziune şi spune că în televiziunea publică, TVR, au existat :

– o absenţă aproape totală a emisiunilor de analiză şi a comentariilor ;
– o atitudine general pasivă a jurnaliştilor care aşteptau declaraţii, communicate de presă, materiale şi date de la partide şi o lipsă de materiale de investigare şi cercetare, abundenţa evenimentelor ceremoniale, precum primirea unor vizitatori străini, călătorii prin ţară şi în străinătate, care erau considerate cu valoare informativă ;
– evenimente de campanie evidente incluse în ştiri[15] şi preponderenţa vizibilă a reprezentanţilor Guvernului în comparaţie cu liderii opoziţiei în subiectele de ştiri menţionate mai sus ;
– lipsa de evaluare din partea redactorilor care trebuiau să fie conştienţi de rolul lor important de *gatekeepers* pentru înţelegerea procesului democratic uneori neclar. Acesta este în special

> important pentru populaţia din zonele rurale unde mass-media audiovizuale publice sunt aproape singura sursă de informare.

Televiziunile private „şi-au folosit programele de ştiri obişnuite pentru a informa electoratul despre campanie şi mişcările politice ale partidelor şi candidaţilor... emisiuni electorale speciale au fost incluse în grilele de programe...", a spus raportul IEM (4 noiembrie 1996).

Datele preliminare ale IEM arată că PDSR a obţinut mai mult spaţiu de emisie atât la televiziunea publică, cât şi la cele private. În prima jumătate a campaniei, „prezentarea a arătat o tendinţă a posturilor publice favorabilă clar PDSR-ului şi această tendinţă... a avut un impact asupra alegătorilor". Studiul IEM nu explică ce fel de impact a avut această prezentare asupra alegătorilor. „Abordarea neutră" a fost dominantă în a doua jumătate a campaniei, „tendinţele negative" fiind minime, iar „părtinirea pozitivă" fiind „aproape inexistentă". Această prezentare non-conflictuală a partidelor politice principale în special la televiziunea şi radioul publice „a avut un efect protector asupra instituţiei politice". Printre candidaţii la preşedinţie, preşedintele în exerciţiu a primit mai multă atenţie din partea televiziunii decât oricare dintre rivalii săi.

Un studiu CSI (septembrie 1996) referitor la prima jumătate a campaniei de 60 de zile arată de asemenea că ProTV şi TVR 1, primele două posturi din punct de vedere al ariei de acoperire şi al audienţei, au dat mai multă atenţie celor aflaţi la putere, în special Guvernului[16]. Antena 1 şi Tele7abc au dat mai multă atenţie grupărilor din opoziţie. Acelaşi studiu arată că PDSR a căpătat mai multă atenţie din partea televiziunii, în general, decât CDR şi USD împreună. Pe perioada cercetării, TVR 1 l-a prezentat mai mult pe preşedintele în exerciţiu, Ion Iliescu, iar dintre oponenţii săi, Emil Constantinescu şi Gheorghe Funar au fost mediatizaţi mai mult decât ceilalţi candidaţi ; iar actorii politici asociaţi cu regimul la putere, în virtutea poziţiilor lor oficiale, au obţinut de asemenea o

mai mare atenţie decât actorii politici aparţinând opoziţiei – acest lucru fiind adevărat mai ales la TVR 1.

În cercetarea sa ulterioară, CSI (7-11 octombrie 1996) a descoperit de asemenea că :

- actorii politici aparţinând opoziţiei au fost arătaţi cel mai frecvent în context ceremonial în transmisiunile TVR 1. Posturile de televiziune private au arătat opoziţia şi actorii politici ai regimului în contexte non-ceremoniale ;
- prezentarea actorilor politici aparţinând puterii în exerciţiu a fost făcută în contextul ştirilor în care era descrisă activitatea Guvernului. Actorii politici din opoziţie erau prezentaţi în contextul oferirii propriilor programe electorale sau discutând „performanţa slabă” a adversarilor lor politici ;
- ştirile despre actorii politici ai puterii conţineau multe „promisiuni” ;
- în programele de ştiri ale televiziunilor private, prioritatea era acordată evaluării neutre a agenţilor politici, în timp ce în televiziunea publică erau dominante evaluările pozitive. Acelaşi lucru este adevărat pentru prezentarea partidelor, a alianţelor de partide şi a actorilor politici ;
- dintre candidaţi, preşedintele Iliescu a beneficiat de prezentarea în mai multe ştiri într-un context care îl evalua pozitiv (exclusiv la TVR 1).

În săptămâna de dinaintea celui de-al doilea tur de scrutin, CDR, care câştigase cursa parlamentară, a fost mai mediatizată decât PDSR, iar candidatul la preşedinţie, Emil Constantinescu, a fost menţionat mai des decât Ion Iliescu (Coman, decembrie 1996).

În timpul campaniei electorale, principalele posturi de televiziune au arătat şase teme majore, direct sau indirect legate de competiţia politică (CSI, septembrie 1996) : (1) inflaţia şi salariile,

(2) protecţia socială, (3) corupţia, (4) activitatea întreprinderilor de stat, (5) integrarea în NATO şi (6) relaţiile cu Ungaria. Se pare că priorităţile de *agenda-setting* ale televiziunii nu au coincis integral cu agenda publicului. Al doilea studiu IS (21-30 octombrie 1996) arată că cei care au răspuns, când li s-a cerut să identifice principalele probleme pe care trebuie să le soluţioneze liderii ţării, au avut şase priorităţi, cumva diferite de cele din agenda mass-media/televiziunii : (1) inflaţia şi preţurile, (2) siguranţa locului de muncă şi combaterea şomajului, (3) sprijinul pentru agricultură şi ţărani, (4) corupţia, (5) protecţia socială pentru bătrâni şi (6) problemele legate de tineret.

Fără studii care să constate ce au învăţat telespectatorii/ascultătorii din informaţiile campaniei electorale şi transmisiunile legate de aceasta, în special cei 24-26% care erau nedecişi, şi cum şi de ce aceste transmisiuni i-au putut înclina într-o parte sau alta, este dificil să tragem concluzii definitive privind efectele mass-media audiovizuale. Totuşi, există dovezi circumstanţiale pentru a permite speculaţii :

1. Prezentarea superior cantitativă a actorilor politici din clasa conducătoare înainte de alegerile generale din 3 noiembrie pare să nu fi avut un efect favorabil pentru ei, din cauza stării de spirit şi a sentimentelor în general negative ale audienţei privitor la toate aspectele vieţii, direcţia societăţii şi regimul aflat la putere. Se poate ca această prezentare, dat fiind atmosfera în care ea s-a produs şi agenda publicului, să fi avut un efect negativ, reamintind audienţei de cei pe care îi socotea deja vinovaţi de mizeria resimţită.

2. Orice părtinire ar fi existat în prezentare şi tratare, indiferent că a fost în favoarea partidului conducător şi a preşedintelui în exerciţiu sau a partidelor de opoziţie şi a principalilor candidaţi, ea pare să fi avut doar un efect minim sau chiar nici un efect, deoarece :

a. partidul conducător şi membrii coaliţiei aflate la putere au pierdut alegerile parlamentare în ciuda oricărei părtiniri în prezentare şi tratare în favoarea lor. Un studiu IS de după 3 noiembrie (6-14 noiembrie 1996), a arătat că această înfrângere s-a datorat în principal alegătorilor dezamăgiţi de conducerea post-1992 (vezi tabelul 6) ;
b. partidele de opoziţie şi candidatul opoziţiei la preşedinţie au câştigat alegerile, dar victoria lor în sondaje nu pare să fie explicată prin părtinirea în prezentare şi tratare în favoarea lor. Din cei care au votat pentru opoziţie, puţini au fost cei care au făcut-o fiindcă au crezut că opoziţia oferea un program care să le dea mai multă încredere în viitor (vezi tabelul 6). Altfel spus, prezentarea şi părtinirea n-au făcut decât să întărească victoria lor aşteptată (vezi secţiunea IV) ;
c. deşi campania electorală din 1996 a fost una aproape exclusiv mediatică, eficacitatea sa este îndoielnică : ea a slăbit credibilitatea politicienilor şi a partidelor politice (34,9%) mai mult decât a întărit-o (32,8%), conform unui sondaj IS (21-30 octombrie 1996).

Tabelul 6 – *Motivele pentru a vota în favoarea opoziţiei în 3 noiembrie 1996*

1. Opoziţia a oferit un program care a dat oamenilor mai multă încredere în viitor	15,90%
2. Oamenii sunt dezamăgiţi de regimul post-1992	35,30%
3. Ambele motive de mai sus	28,70%
4. Nu ştiu/fără răspuns	19,80%

Sursă : *Ancheta asupra Comportamentului Electoral*, IS, 6-14 noiembrie 1996.

3. Poate fiindcă majoritatea oamenilor se hotărâseră deja ce partid şi ce candidat să aleagă, televiziunea, ca mijloc de comunicare dominant şi mass-media în general par să nu fi făcut o impresie serioasă în tratarea campaniei. Datele studiilor (IS, 21-30 octombrie 1996) sugerează că această campanie a atras atenţia a numai 18,7% dintre alegători ; campania locală a unui candidat la preşedinţie, doar la 9,7% dintre alegători ; aspectele negative ale campaniei, doar la 1,6%.

4. Totuşi, dezbaterile televizate ale candidaţilor la preşedinţie au fost urmărite îndeaproape. Ultimul sondaj IS (6-14 noiembrie 1996) a arătat că 58,5% dintre cei chestionaţi au urmărit dezbaterea din 31 octombrie 1996. Dintre telespectatori, 30,8% au spus că le-a reîntărit decizia de a-şi vota candidatul ; 1,3% şi-au schimbat opţiunea în urma dezbaterii ; pentru 3,6%, ea a servit ca o posibilitate de a se hotărî ; pentru 17,9%, dezbaterea nu a avut nici o influenţă ; şi 43,2% n-au avut nici o opinie sau nu au răspuns privitor la influenţa dezbaterii.

5. În sfârşit, date fiind starea de spirit şi sentimentele audienţei/alegătorilor, care erau pregătiţi să facă o schimbare, mass-media audiovizuale par să fi avut o influenţă sporită şi au contribuit la informarea publicului. Patru argumente sprijină această concluzie :

   a. rezultatele alegerilor : partidele din opoziţie au câştigat competiţia parlamentară, aşa cum s-a prevăzut în sondajele pre-electorale şi de la mijlocul campaniei ; un candidat al opoziţiei a învins preşedintele în exerciţiu, aşa cum sondajele pre-electorale şi de la jumătatea campaniei, care indicau o cursă strânsă între Iliescu şi cei doi principali contracandidaţi, Constantinescu şi Roman, au sugerat că se poate întâmpla ;

   b. rezultatele sondajelor şi studiilor arată că majoritatea alegătorilor s-au hotărât înainte de campanie, în special în

competiţia parlamentară. Ultimul studiu IS (6-14 noiembrie 1996) arată că 61% s-au decis ce partid vor vota în alegerile parlamentare înainte de campanie ; 60,6% s-au hotărât asupra alegerii preşedintelui înainte de campanie. Acelaşi studiu arată că 22,4% s-au decis pentru alegerile parlamentare în timpul campaniei şi 3,7% în ziua alegerilor ; 22,5% s-au hotărât asupra preşedintelui în timpul campaniei şi 4,6% în ziua alegerilor. Aceste cifre sunt asemănătoare în cele mai multe sondaje, arătând că 24-26% din electorat era nedecis la începutul şi la jumătatea campaniei (vezi Secţiunea IV) ;

c. un sondaj IS din 21-30 octombrie 1996 a arătat că televiziunea avea **o mare influenţă (politică)** pentru 23,60% dintre români, **o mică influenţă** pentru 34,60% şi **nici o influenţă** pentru 34,50%. Radioul a avut **o mare influenţă** pentru 16,30% dintre români, **o mică influenţă** pentru 31,90% şi **nici o influenţă** pentru 44,20% ;

d. din temele difuzate, legate direct sau indirect de competiţia politică, doar două s-au potrivit priorităţilor generale ale agendei publicului.

VI. Natura, rolul şi influenţele presei scrise

Ziarele româneşti nu s-au schimbat mult din 1992-1993, când jurnalismul lor a intrat într-o perioadă de modificări experimentale, limitate. În primul rând, presa rămâne înalt politizată şi partizană. În al doilea rând, a fost doar o mică schimbare de atitudine printre grupurile liliputane de jurnalişti şi directori în prezentarea *versus* discutarea sau polemizarea asupra oricărui lucru de interes pentru ei, atribuirea articolelor unor surse, verificarea şi echilibrarea tratamentului informaţiilor.

Deficienţele tratării campaniei din 1996 au fost rezumate de jurnalişti astfel[17] :

- presa nu a conceptualizat tratarea campaniei – „n-am găsit un mod de a prezenta alegerile" ;
- accesul la informaţiile politice şi cele legate de politică a fost limitat – „în ultimii patru ani, uşile au fost închise sau doar întredeschise" ;
- a existat o prea mare concentrare asupra conferinţelor de presă ;
- jurnaliştii au colaborat la construirea şi editarea mesajelor partidelor politice şi ale candidaţilor ;
- jurnaliştii au compensat cu comentarii lipsa de interes a cititorilor pentru articolele politice ;
- candidaţii şi partidele politice nu au avut cunoştinţele sau mijloacele profesionale de a-şi explica platformele şi candidatura ;
- prezentarea campaniei s-a transformat într-un joc de atragere a cititorilor/alegătorilor pe motive economice şi partizan politice ;
- jurnaliştii au avut propriile simpatii şi tendinţe politice şi „s-au luptat" în numele credinţelor lor politice, al partidului şi al candidatului lor, ca şi unul împotriva altuia (Cristoiu, 18 septembrie 1996 ; Cionoff, 12 şi 17 septembrie 1996 ; Helman, 14 septembrie 1996 ; Preisz, 5 august 1996) ;
- nu a existat o presă independentă în timpul campaniei electorale din 1996, fiecare ziar militând pentru un partid sau un grup de partide favorit şi un candidat (Uncu, 14 august şi 21 septembrie 1996).

Intrând în campanie, presa naţională şi locală a oferit o diversitate de teme tratate şi prezentate într-un mod pre-profesionist. Acesta include prezentări unilaterale, informaţii neverificate,

absenţa surselor şi inserţia directă şi indirectă a opiniilor jurnaliştilor şi alegerea subiectelor făcută pe baza intereselor/înclinaţiilor politice[18]. Credibilitatea presei (Gross, 1996) a scăzut de la începutul anului 1990 din cauza partizanatului său, a prezentărilor slabe şi a ineficacităţii de a determina răspunsuri importante, semnificative din partea audienţei sau a celorlalte trei „puteri". Reacţiile şi acţiunile continue ale Guvernului, ale funcţionarilor de stat şi ale politicienilor împotriva presei au contribuit de asemenea la umbrirea credibilităţii sale (Gross, 1996). Presa a fost una dintre cele mai puţin influente mass-media în timpul campaniei electorale (vezi tabelele 1 şi 2).

Presa locală era citită mai mult (34,38%), cel puţin o dată pe săptămână, decât presa aşa numită „naţională", din care conduceau *Evenimentul Zilei* (23,78%), *România Liberă* (12,50%), *Adevărul* (10,94%), *Jurnalul Naţional* (4,25%), *Ziua* (3,99%), *Curierul Naţional* (2,52%) şi *Tineretul Liber* (2,08%) – IS, 5-15 octombrie 1996. Şase alte ziare naţionale erau citite de mai puţin de 2% dintre români. Fiecare a pretins că este „independent" în timpul campaniei din 1996, dar fiecare avea un partid politic, un politician (sau un grup de politicieni) preferat sau o direcţie politică definită exprimată în editoriale, comentarii şi în maniera şi natura jurnalismului practicat.

IEM, care a inclus în studiul său *Evenimentul Zilei*, *Adevărul* şi *România Liberă*, a recunoscut natura înalt politizată a ziarelor şi a afirmat-o în raportul său preliminar :

> … cele trei … cotidiane au tratat mai mult PDSR decât celelalte două alianţe politice principale… În termeni calitativi, echipa a observat că presa a fost singurul mijloc de comunicare de masă în care toate produsele monitorizate au arătat tendinţe negative notabile către PDSR.

Un studiu ROMEDIA („Viaţa partidelor…", 1996) asupra a 15 cotidiane naţionale spune o poveste uşor diferită. Cercetările sale

indică o înclinaţie generală neutră în toate ziarele. El arată că de la 1 aprilie la 1 octombrie 1996 (numai o mostră este oferită aici) :

1. PDSR a obţinut 7807 menţiuni, din care 74,54% au fost neutre şi 26,70% critice ;
2. CDR a obţinut 5441 de menţiuni, din care 87,30% neutre şi 12,69% critice ;
3. PUNR a obţinut 2430 de menţiuni, din care 87,36% neutre şi 12,88% critice ;
4. PNŢCD a obţinut 2483 de menţiuni, din care 91,38% neutre şi 0,08% critice ;
5. USD a obţinut 2695 de menţiuni, din care 93,09% neutre şi 0,06% critice ;
6. UDMR a obţinut 1901 de menţiuni, din care 81,90% neutre şi 18,09 critice ;
7. PSM a obţinut 1949 de menţiuni, din care 89,12% neutre şi 10,87% critice ;
8. PRM a obţinut 1391 de menţiuni, din care 85,40% neutre şi 14,59% critice ;
9. PD a obţinut 2149 de menţiuni, din care 83,06% neutre şi 16,19% critice ;
10. PAC a obţinut 2031 menţiuni, din care 94,33% neutre şi 0,05% critice.

Conform studiului ROMEDIA (octombrie 1996), PDSR a fost cel mai criticat partid în ziarele cu cel mai mare tiraj, *Evenimentul Zilei*, *România Liberă* şi *Adevărul*.

Un alt studiu despre modul de tratare al partidelor politice şi candidaţilor în mass-media (Agenţia pentru Monitorizarea Presei, 17 septembrie-18 octombrie 1996) arată că marile ziare independente „naţionale”, *Ziua*, *România Liberă*, *Vremea* şi *Cotidianul* au publicat mai des articole partizane (pozitive sau negative), pe

când *Adevărul*, *Cronica Română*, *Evenimentul Zilei* şi *Jurnalul Naţional* au publicat mai frecvent articole neutre.

În alt tip de jurnalism legat de campania electorală/politică, presa naţională era ocupată să publice, să încurajeze şi să alimenteze speculaţii diferite despre „absenteismul" şi „fraudele" aşteptate în ziua alegerilor şi în timpul celui de-al doilea tur de scrutin al competiţiei prezidenţiale. A făcut acest lucru fără multe informaţii verificabile care să le sprijine afirmaţiile şi insinuările. Cu aceeaşi abordare pre-profesională, ea a încurajat de asemenea speculaţiile privind o înclinaţie americană către preşedintele în exerciţiu şi a contribuit la ofensiva campaniei asupra şi în spatele răutăţii generate de politicenii înşişi[19]. Aceste tipuri de articole pot fi considerate un bun exemplu de „întâietate". „Încadrarea" a fost de asemenea o parte identificabilă în tratarea campaniei în presă. De pildă, articolele despre un grup de consultanţi politici americani angajaţi de Ion Iliescu, articolele despre procesul şi, în continuare, despre verdictul de vinovat dat celor doi jurnalişti de la cotidianul *Ziua*, inclusiv reacţiile presei străine, au fost împănate cu replici îndreptate clar împotriva pretenţiei de a fi reales a preşedintelui în exerciţiu.

De fapt, presa nu a tratat cazuri justificate şi documentate de infracţiuni în timpul campaniei[20] şi a prezentat volumul sporit de comunicate de la partidele politice şi candidaţi la cititorii lor. Chiar mai mult decât televiziunea, ziarele au copleşit cititorii cu rezultatele sondajelor şi cercetărilor, concentrându-se de obicei asupra acelui candidat care a câştigat sau a pierdut teren în diferitele studii. Utilizarea ca atare a acestor sondaje sau ca parte a comentariilor şi ştirilor a fost o schimbare vizibilă în mass-media româneşti în 1996, comparativ cu 1992.

Într-o încercare de a da o replică dezbaterilor prezidenţiale televizate, cotidianul *Adevărul* a invitat nouă candidaţi la redacţie, pe 25 octombrie 1996, pentru un interviu/masă rotundă şi a publicat un raport integral al evenimentului, a doua zi.

Datorită stării de spirit şi a sentimentelor negative ale audienţei privitor la toate aspectele vieţii şi ale regimului guvernant, aceasta a fost mult mai receptivă în 1996 la :

– natura negativistă, senzaţionalistă, zvonistică a presei şi la articolele despre corupţie. Aceste tipuri de articole nu au avut o rezonanţă mare în 1990 şi 1992, dar şi-au găsit audienţă în 1996, una mult mai interesată şi mai dornică să le accepte când erau îndreptate împotriva regimului la putere. Funcţia de *agenda-setting*, neîndeplinită în alegerile din 1992, a fost încercată din nou în 1996. Ea a reuşit numai în acele situaţii în care temele din agenda mass-media s-au potrivit cu cele din agenda publicului. Cele care nu s-au regăsit în agenda publicului nu au devenit parte a acesteia ;
– natura partizană a presei, favorizând în general partidele de opoziţie. Toate sondajele pre-electorale au arătat că românii favorizau opoziţia şi că presa pro-opoziţie a devenit partenerul sau oglinda audienţei, roluri care nu au fost prezente în 1992. Audienţa a fost în centrul acestei schimbări a relevanţei agendei ziarelor. Credibilitatea ziarelor a fost mai puţin un subiect, decât poziţia pe care au împărtăşit-o acestea cu audienţa. Şi în 1992, majoritatea presei naţionale a favorizat opoziţia, dar nu a avut o influenţa asupra rezultatelor alegerilor sau în *agenda-setting*, în principal fiindcă impresiile audienţei despre regimul în exerciţiu păreau să nu fie legate de aspectele negative ale vieţii personale şi naţionale. În plus, credibilitatea presei era scăzută şi tirajele în declin ;
– printre temele majore extra-campanie tratate de ziare, legate direct sau indirect de cursa politică, erau inflaţia şi preţurile, siguranţa locurilor de muncă şi combaterea şomajului, corupţia, protecţia socială, relaţiile cu străinătatea/imaginea României şi extinderea economiei de piaţă sau lipsa ei[21]. Aceste teme s-au potrivit doar parţial cu agenda publicului, aşa cum a reieşit din studiul IS din 21-30 octombrie 1996

(vezi Secţiunea V). În majoritatea cazurilor, indicaţiile contextuale din articole, „încadrarea”, au fost de natură partizană ;

– în sfârşit, creşterea ponderii temelor politice/de campanie în 1996 comparativ cu 1992 (Coman şi Gross, 1994) poate să fi prezentat de asemenea o mai mare atracţie pentru cititori. Ziarele au reflectat campaniile relativ mai mari, mai bine organizate şi mai orientate către mass-media în 1996 şi numărul sporit de candidaţi la preşedinţie. Ele nu au înlocuit „lipsa de discuţie politică substanţială din campanie” (EIM, 4 noiembrie 1996), dar au contribuit la o creştere a capitalului politic.

Ele au devenit chiar componente uşor mai importante ale sferei publice decât înainte de campania electorală. Rolul lor partizan a fost unul de întărire şi confirmare, dar este de asemenea posibil ca stilul lor senzaţionalist şi anchetele de bună-credinţă despre corupţie şi infracţiunile din campanie să fi câştigat atenţia publicului şi să fi contribuit la a-i hotărî pe cei nedecişi.

În ciuda unei atenţii uşor sporite date ziarelor în timpul campaniei, ziarele **nu au avut influenţă** asupra a 54,20% dintre cei chestionaţi, **puţină influenţă** pentru 26,40% şi **o mare influenţă** pentru doar 10,70% dintre cititori, conform studiului IS (21-30 octombrie 1996). Influenţa limitată poate fi atribuită (1) credibilităţii scăzute a ziarelor şi (2) valorilor informative diferite deţinute de cititori faţă de cele exprimate prin şi de presă. Este puţin probabil să credem că influenţa agendei mass-media a fost diminuată din cauza faptului că era în conflict cu experienţa personală a cititorilor sau cu cea din alte canale de comunicare, referitor la proeminenţa temelor sau a evenimentelor tratate. De asemenea, există o dovadă copleşitoare că presa scrisă nu a fost atât de căutată de public precum televiziunea, astfel diminuându-i-se influenţa potenţială.

VII. Concluzie

Mass-media româneşti în timpul anului electoral 1996 au reflectat natura altor instituţii ale naţiunii, scena politică în formare şi evoluţia post-comunistă : valorile lor profesionale erau instabile, partizanatul făţiş, căutarea unui rol nu avea o direcţie definită, reprezentarea sau oglindirea societăţii uneori marginală, subţire şi întâmplătoare şi efectele lor mai mult indirecte şi legate de o mulţime de alţi factori.

Deşi această examinare a rolurilor şi efectelor mass-media în alegerile generale din 1996 în România nu este decisivă, ea permite unele concluzii preliminare.

Experienţa personală a multor români, întărită de comunicarea interpersonală, a stabilit un climat anti-regim, unul care a privit în mod negativ partidul politic aflat la putere şi pe aliaţii săi, ca şi pe candidatul lor la preşedinţie. Astfel, climatul public pare să fi fost stabilit în momentul începerii campaniei electorale. Climatul public/politic (a) a fost receptiv la climatul pe care mass-media partizane, majoritatea în favoarea opoziţiei, au încercat să-l stabilească pe timpul campaniei ; (b) nu şi-a avut originea în prezentarea prin mass-media a societăţii, politicii şi campaniei, deşi pare să fi fost informat şi întărit de aceasta şi a servit ca un test de turnesol pentru climatul pe care mass-media partizane au încercat să-l stabilească, pentru valabilitatea lui şi, în consecinţă, pentru capacitatea de a contribui la procesul politic/electoral în 1996.

Climatul dominant stabilit de majoritatea mass-media, potrivindu-se cu climatul social (anti-putere), a fost intensificat de mulţimea de rezultate din sondaje/studii care au spus audienţei/alegătorilor că opoziţia era favorită. El poate să fi avut „cel mai tare” efect asupra celor 24-26% de alegători nedecişi. Un caz şi mai relevant pentru acest efect poate fi plasat în competiţia prezidenţială

din al doilea tur de scrutin. Unele semnale pot să fi avut un punct de convergenţă în contribuţia la acest efect : o cursă aproape egală în prima rundă, victoria opoziţiei în alegerile parlamentare, rezultatele sondajelor arătând un uşor avans al candidatului opoziţiei înainte de cel de-al doilea tur de scrutin din 17 noiembrie şi, în sfârşit, climatul social general şi agenda publicului, întărite de mass-media. Prin mediatizarea rezultatelor sondajelor/studiilor, mass-media au jucat cel mai semnificativ şi eficient rol în 1996.

Deşi mass-media nu au spus audienţei/alegătorilor cum să gândească, ele nu le-au spus nici la ce să se gândească, fiindcă şi acest lucru era deja stabilit de experienţa personală şi comunicarea interpersonală. În general, la fel ca în cazul climatului public/politic, agenda politică a publicului pentru competiţia din 1996 pare să fi fost deja fixată în momentul începerii campaniei : (a) respingerea vechiului regim şi (b) sprijinirea partidelor de opoziţie. Mass-media nu au fixat agenda alegătorilor în 1996 mai mult decât au făcut-o în 1990 şi 1992.

În tratarea politicii şi a campaniei electorale în presa naţională, favorabilă în totalitate opoziţiei, au selectat şi au adunat teme de campanie care s-au întâmplat să se potrivească agendei politice a publicului. Tratarea în audiovizual a fost mai mult una amestecată (în favoarea celor de la putere, în favoarea opoziţiei sau neutră). Ea a avut un efect similar celui al presei scrise, fiindcă atunci când s-a potrivit cu agenda politică a publicului, date fiind rezultatele alegerilor, se poate spune că a înclinat să întărească agenda publicului, amintindu-i acestuia de motivele agendei sale. Televiziunea, în special prin prezenţa televiziunii private, comerciale, şi prin varietatea programelor de campanie, a făcut o treabă bună, încercând să reţină şi să sporească interesul pentru campanie, să implice alegătorii.

Se pare că temele principale ale mass-media, legate direct sau indirect de competiţia politică, sau subiectele din agenda socio--politică a mass-media, au mers doar parţial în paralel cu cele din

agenda publicului. Acele subiecte din agenda publicului care nu s-au regăsit în agenda mass-media şi invers nu au fost neglijate complet, dar par să fi fost doar de importanţă secundară pentru public şi pentru mass-media. Se pot trage două concluzii pe baza divergenţei clare dintre aşezarea principală a temelor în agendele publicului şi mass-media : (1) agenda publicului nu a fost afectată direct de agenda mass-media, (2) mass-media au dat prea puţină atenţie şi au oglindit doar parţial sau deloc agenda publicului, de exemplu, nu există nici o dovadă că agenda publicului a fost influenţată semnificativ de agenda mass-media.

Fiindcă agenda publicului şi agenda generală a mass-media referitor la campanie/competiţie politică au avut aceeaşi tendinţă, iar temele similare socio-politice au avut doar parţial aceeaşi tendinţă, mass-media au putut să joace un rol de întărire şi confirmare prin prezentările de informaţii şi opinii. Ele au contribuit mai mult la închegarea opiniei publice decât la formarea sa *per se*.

Examinarea naturii, rolului şi efectelor mass-media în alegerile din România din 1996 sugerează în primul rând că agenda publicului a fost arbitrul final al rolului mass-media, al naturii sale şi al gradului de efect. În schimb, aceasta sugerează şi o altă teză necesitând o cercetare ulterioară : agenda publicului şi climatul, starea de spirit şi sentimentele alegătorilor, în situaţia de revoluţie socială, restrişte economică şi restructurare politică sunt mai puţin afectate de mass-media, în special de cele cu credibilitate slabă şi fără definire profesională, ca în cazul democraţiilor abia înfiinţate. În cel mai bun caz, mass-media pot confirma, întări, alimenta un climat existent şi o agendă a publicului deja existentă şi pot ajuta la crearea unui efect de „cel mai tare". În sfârşit, ele sugerează că în această tranziţie de la comunism la democraţie, rolul mass-media nu e bine definit, relaţia lor cu audienţa este nesigură, partizanatul dăunând efectelor lor parţiale asupra audienţei, iar audienţa este deconectată de la ele şi caută moduri de a le încorpora în propriul proces de *agenda-setting*.

Articolul din săptămânalul *22* (Orăscu, 20 ianuarie 1997) care a conferit în mod greşit un asemenea rol important presei („presa şi-a îndeplinit rolul său ca lider de opinie”) în victoria opoziţiei din noiembrie 1996, ajunge de asemenea la concluzia că în viitor presa trebuie să facă un progres calitativ, dezvoltând un jurnalism responsabil faţă de cititor şi cu respect faţă de adversari. Până atunci, mass-media din România vor rămâne doar un gigant mitic.

Note

1. Televiziunea independentă comercială nu a obţinut încă o arie de acoperire naţională. ProTV, postul de televiziune comercial cu cel mai mare succes, ajungea, în toamna lui 1996, la doar 61% din audienţa potenţială. Cu toate acestea, comparativ cu 1990 şi 1992, când TVR 1 monopoliza transmisiunile, românii au avut o posibilitate mai mare de alegere în ceea ce priveşte televiziunea.
2. Institutul de Sociologie (IS), Academia Română, *Cercetare pre-electorală*, 5-15 octombrie 1996. Ziarele cel mai frecvent citite sunt mai degrabă cele locale, decât cele „naţionale". Tirajele în 1992 au scăzut la o fracţiune din ce au fost în 1990. Ziarele naţionale au tiraje de la 7000 la 130000 de exemplare. În 1990, ziare naţionale ca *România Liberă* şi *Adevărul* aveau tiraje de 1,2 şi, respectiv, 2 milioane de exemplare.
3. Autorul a realizat interviuri cu grupuri de jurnalişti în Timişoara, Sibiu şi Iaşi, ca şi cu jurnalişti individuali în Bucureşti, în octombrie-noiembrie 1996.
4. Un indicator real este definit de Dearing şi Rogers (1996, p. 7) ca „o variabilă care măsoară mai mult sau mai puţin obiectiv gradul de severitate sau de risc al unei probleme sociale".
5. Institutul de Sociologie al Academiei Române a realizat trei studii naţionale (5-15 octombrie, 21-30 octombrie, 6-14 noiembrie 1996). Le sunt recunoscător lui Ion Drăgan, directorul Institutului, Valentinei Marinescu şi restului echipei de cercetare pentru includerea în studiul lor a unor întrebări/arii de investigare specifice, de interes pentru mine.
6. În momentul când a început campania electorală, existau 222 de posturi de radio şi 141 de televiziune, majoritatea locale.
7. Nu există date exacte pe care să le ofer. Este doar observaţia mea în alegerile generale din 1990, 1992 şi 1996. Asemenea instituţii de investigare/sondaj ca Institutul pentru Cercetarea Calităţii Vieţii, Centrul Independent pentru Studii Sociale şi Investigări şi Centrul pentru Sociologie Urbană şi Regională nu existau în 1990 şi 1992.

8. Din interviuri cu jurnalişti în Timişoara, octombrie-noiembrie 1996.
9. Am fost invitat să mă alătur delegaţiei internaţionale de observatori în alegerile generale din 1992, delegaţie organizată de Institutul Naţional Democratic şi Institutul Republican Internaţional, care a vizitat centre de votare în ziua alegerilor.
10. FSN s-a împărţit în două partide diferite, în 1992.
11. ProTV este un *joint-venture* româno-american care a început să emită în 1995. Autorul a realizat interviuri cu personalul din conducerea ProTV, în ianuarie şi noiembrie 1996.
12. Sondajul Gallup International a fost oferit în formă mimeo de ProTV.
13. Din interviuri cu jurnalişti, octombrie-noiembrie 1996.
14. Cele mai bune exemple sunt de la ProTV. Postul a prezentat câteva programe legate de alegeri, desemnate atât să informeze, cât şi să distreze şi să promoveze postul, de exemplu „Caravana" şi „Cabina ProTV", printre altele.
15. Decizia 88 a Consiliului Naţional al Audiovizualului interzicea ca evenimentele de campanie să fie incluse în programele de ştiri.
16. În studiul său din 7-11 octombrie, CSI a descoperit că TVR 1 „Actualităţi" a oferit 29 de minute şi 32 de secunde lui Constantinescu, 29 de minute şi 11 secunde lui Roman şi 27 de minute şi 52 de secunde lui Iliescu. Prezentarea partidelor politice a fost clar înclinată spre PDSR, care a ocupat 40% din timpul alocat prezentării partidelor. CDR şi USD, la un loc, au primit numai puţin peste o treime din timpul acordat PDSR. În programele electorale speciale ale TVR 1, PDSR a primit mai mult timp de antenă (56 de minute şi 25 de secunde) decât celelalte partide de opoziţie (CDR, 43 de minute şi 7 secunde ; USD, 41 de minute şi 10 secunde). Vezi „Monitorizarea emisiunilor politice ale TVR", în *22*, 22 octombrie 1996.
17. Din interviuri cu jurnalişti în Timişoara, Sibiu, Iaşi şi Bucureşti, în octombrie-noiembrie 1996.
18. Un asemenea exemplu este un articol despre regimul la putere care cumpără influenţa Washington-ului şi a jurnaliştilor americani (Ardeleanu, 1 noiembrie 1996). Sursele nu erau menţionate, principalii protagonişti ai articolului nu erau intervievaţi, zvonurile erau tratate ca fapte.
19. De exemplu, au existat articole despre trecutul etnic al lui Petre Roman şi Ion Iliescu, care erau desemnate să speculeze atitudinile xenofobe din anumite straturi ale societăţii. Articolele anticipate despre fraude în

timpul alegerilor aveau prea puţină substanţă, dovezi sau surse, bazându-se pe zvonuri, speculaţii şi o mare cantitate de imaginaţie. Observatorii străini au fost de acord că nu a existat nci o fraudă organizată, vizibilă în alegerile din 1996.

20. Cea mai mare lovitură jurnalistică a fost descoperirea unui telefon electoral fraudulos presupus a fi folosit de PDSR.
21. Autorul a examinat patru cotidiane de largă circulaţie (*Adevărul*, *România Liberă*, *Ziua* şi *Evenimentul Zilei*), în perioada 24 octombrie--8 noiembrie 1996.

Referinţe bibliografice

Agenţia de Monitorizare a Presei, 17 sept.-18 oct. 1996, „Adevărul – campion al obiectivităţii în campania electorală”, *Adevărul*, 30 oct. 1996, p. 2.

Ardeleanu, Tana, 1 nov. 1996, „Regimul Iliescu a încercat să mituiască ziarişti americani pentru a-şi spăla imaginea”, *Ziua*, p. 3.

Berelson, B., Lazarsfeld, P. & McPhee, W., 1954, *Voting*, Chicago : University of Chicago Press.

Centrul pentru Sociologie Urbană şi Regională, 9-15 oct. 1996, *Barometrul de opinie publică*, Bucureşti.

Centrul Independent de Studii Sociale şi Sondaje, 31 oct. 1996, „În ultima zi a campaniei electorale curg sondajele de opinii”, *Evenimentul zilei*, p. 7.

Centrul Independent de Studii Sociale şi Sondaje, 16-22 oct. 1996, „Monitorizarea emisiunilor politice ale TVR”, în *22*, p. 6.

Centrul Independent de Studii Sociale şi Sondaje, sept. 1996, *Monitorizarea reflectării vieţii politice în emisiunile posturilor TV TVR 1, Tele7abc, Antena 1 şi ProTV*, Bucureşti, Mimeo.

Cionoff, Şerban, 17 sept. 1996, „Mass-media română : între angajare politică şi mercenariat”, *Dimineaţa*.

Cionoff, Şerban, 12 sept. 1996, „Presa – «câinele de pază» sau «căţelul de budoar» al campaniei electorale ? ”, *Dimineaţa*.

Cohen, Bernard, 1963, *The Press and Foreign Policy*, Princeton, NJ : Princeton University Press.

Coman, Mihai, dec. 1996, „«Câinele de pază» al presei”, *Curierul Românesc*, 9(12), 7.

Coman, Mihai & Gross, Peter, 1994, „The 1992 Presidential/ Parliamentary Elections in Romania’s Largest Circulation Dailies and Weeklies”, in *Gazette*, 52(3), 223-240.

Cristoiu, Ion, 18 sept. 1996, „O somaţie pentru Cornel Nistorescu”, *Evenimentul Zilei*, p. 1.

Dearing, James & Rogers, Everett M., 1996, *Agenda-Setting*, Londra, New Delhi & Thousand Oaks, CA : Sage.

European Institute for the Media, 4 nov. 1996, *Monitoring of the Media Coverage of the Presidential and Parliamentary Elections in Romania – A Preliminary Report*, Bucureşti & Düsseldorf.

Graber, Doris, 1989, *Media And Politics : A Theme Paper*, lucrare prezentată la conferinţa anuală a Midwest Political Science Association, Chicago.

Gross, Peter, 1996, *Mass Media in Revolution and National Development. The Romanian Laboratory*, Ames : Iowa University Press.

Helman, Arnold, sept. 1996, „S-a pus un punct mare pe «i»”, *Dimineaţa*, pp. 1, 7.

Hobsbawm, Eric, 1996, *The Age of Extremes. A History of the World, 1914-1991*, NY : Vintage Books.

Institutul de Sociologie, 5-15 oct ; 21-30 oct ; 6-14 nov. 1996, *Ancheta Panel asupra comportamentului electoral*, Bucureşti, Academia Română.

Institutul pentru Cercetarea Calităţii Vieţii, studiul din martie 1996, în *Barometrul de opinie publică*, oct. 1996, Bucureşti : Centrul pentru Sociologie Urbană şi Regională.

Iyengar, S. & Kinder, D.R., 1987, *News that Matters : Television and American Opinion*, Chicago : University of Chicago Press.

Jamieson, Hathleen Hall, 1992, *Dirty Politics. Deception, Distraction and Democracy*, Oxford & N.Y. : Oxford University Press.

Klaper, Joseph, 1960, *The Effects of Mass Communication*, N.Y. : Free Press.

Lenart, Silvo, 1994, *Shaping Political Attitudes. The Impact of Interpersonal Communication and Mass Media*, Londra, New Delhi & Thousand Oaks, CA : Sage.

Lippmann, Walter, 1922, *Public Opinion*, N.Y. : Harcourt Brace Jovanovich.

McCombs, Maxwell & Shaw, Donald, 1972, „The Agenda-Setting Function of the Mass Media”, *Public Opinion Quarterly*, 36, pp. 176-187.

McCombs, Maxwell & Shaw, Donald, 1976, „Structuring the Unseen Environment”, *Journal of Communication*, 26(2), 18-22.

McCombs, Maxwell & Shaw, Donald, 1977, „Agenda-Setting and the Political Process”, in D. Shaw & M. McCombs (ed.), *The Emergence of the American Political Issues : The Agenda-Setting Function of the Press* (pp. 149-156), St. Paul, MN : West.

Negrine, Ralph & Papathanassopoulos, Stylianos, 1996, „The «Americanization» of Political Communication : A Critique”, *Harvard International Journal of Press/Politics*, 1(2), 45-62.

Noelle-Neumann, Elizabeth, 1974, „The Spiral of Silence”, *Journal of Communication*, 24, 43-51.

Orăscu, Şerban, 14-20 ian. 1997, „Rostul presei independente după schimbarea de guvern”, *22*, p. 3.

Patterson, T.E., 1980, *The Mass Media Election*, N.Y. : Praeger.

Preisz, Dan, 5 aug. 1996, „«Vocea României» inventează un fals subiect pentru a ataca Secţia Politică a «României Libere»”, *România Liberă*, p. 3.

Rogers, Everett M. & Dearing, James W., 1994, „Agenda-Setting Research : Where Has It Been, Where Is It Going ? ”, in Doris A. Graber, *Media Power in Politics* (pp. 77-95), Washington, D.C. : CQ Press.

Romedia, oct. 1996, *Viaţa partidelor în presa cotidiană a trimestrului III 1996*, Bucureşti : Agenţia de ştiri şi analize, Mimeo.

Selznick, Philip, 1992, *The Moral Commonwealth*, California University Press.

„Telegrama”, 4 dec. 1996, *Revista Presei*, nr. 377 (Telegrama este un serviciu cotidian de ştiri pe Internet cu sediul în Bucureşti şi distribuit de California State University, Chico).

Tully, James, 1995, *Strange Multiplicities*, Cambridge University Press.

Uncu, Anton, 14 aug. 1996, „A patra putere”, *România Liberă*, p. 1.

Uncu, Anton, 21 sept. 1996, „Independenţa presei”, *România Liberă*, p. 1.

Waldren, Jeremy, 1992, *Liberal Arts*.

Webber, Jeremy, *Reimagining Canada*, McGill.

Webber, Jeremy, *Postethnic Politics*.

Seria : **Media**

au apărut :

Mihai Coman (coord.) – *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare* (vol. I, vol. II)
David Randall – *Jurnalistul universal*
Norbert Bakenhus – *Radioul local. Ghid practic pentru jurnalişti*
Melvin L. DeFleur, Sandra Ball-Rokeach – *Teorii ale comunicării de masă*
Patrice Flichy – *O istorie a comunicării moderne. Spaţiu public şi viaţă privată*
Marian Petcu – *Puterea şi cultura – o istorie a cenzurii*
Paul Marinescu (coord.) – *Managementul instituţiilor de presă din România*
Peter Gross – *Colosul cu picioare de lut. Aspecte ale presei române post-comuniste*

în pregătire :

Roger Silverstone – *Televizorul şi viaţa de zi cu zi*
John Hartley – *Discursul ştirilor*

Bun de tipar : august 1999. Apărut : 1999
Editura Polirom, B-dul Copou nr. 4 • P.O. Box 266, 6600, Iaşi
Tel. & Fax (032) 214100 ; (032) 214111 ;
(032) 217440 (difuzare) ; E-mail : polirom@mail.dntis.ro
Bucureşti, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7 ;
Tel. : (01) 3138978 ; E-mail : polirom@dnt.ro



Tiparul executat la Polirom S.A., 6600, Iaşi
Calea Chişinăului nr. 32
Tel. : (032) 230323 ; Fax : (032) 230485